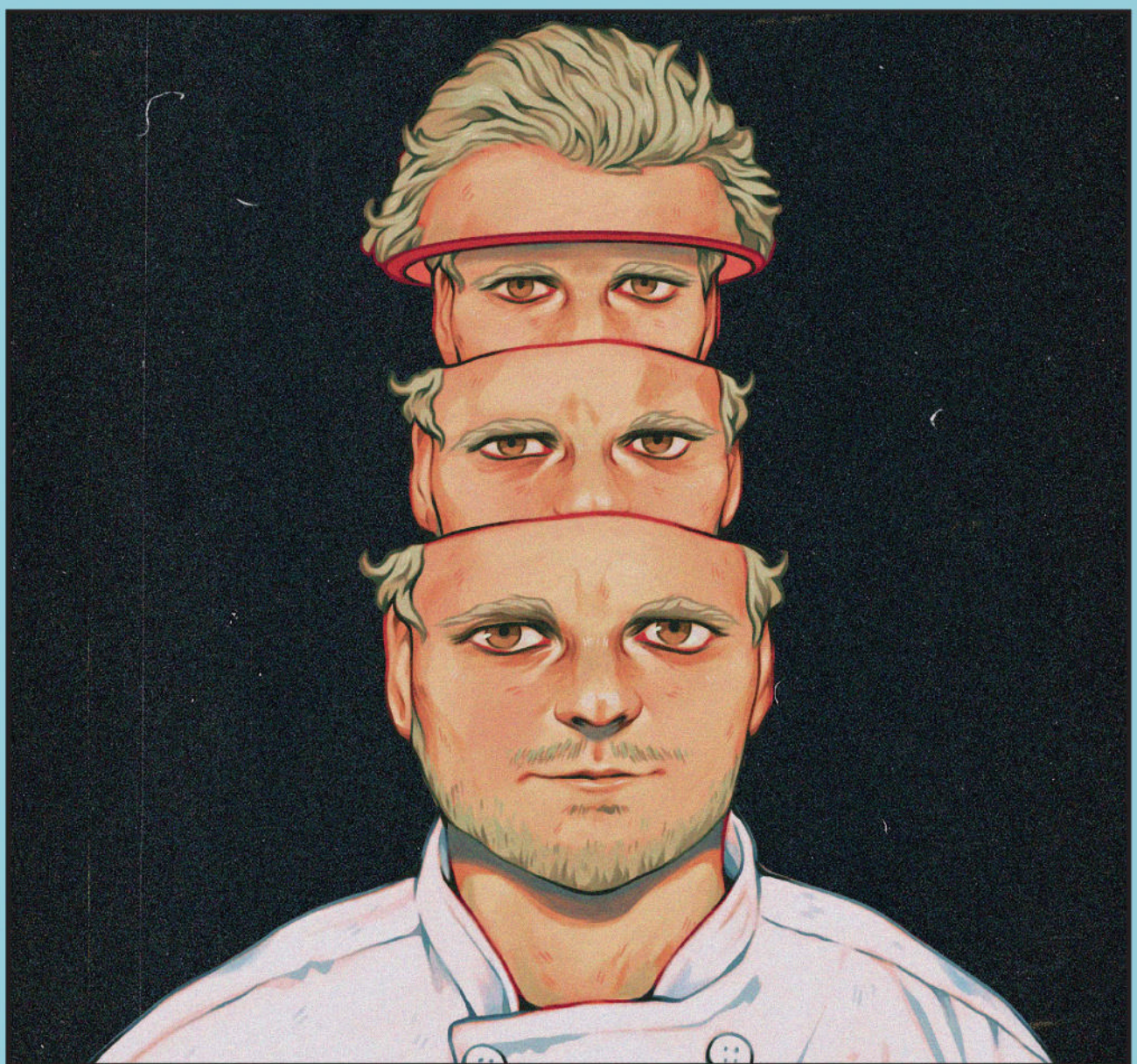
Tapas

ÑAM, ÑAM MAGAZINE...

NÚMERO 93. **ABRIL 2024.** 5€

PREMIO NACIONAL DE GASTRONOMÍA

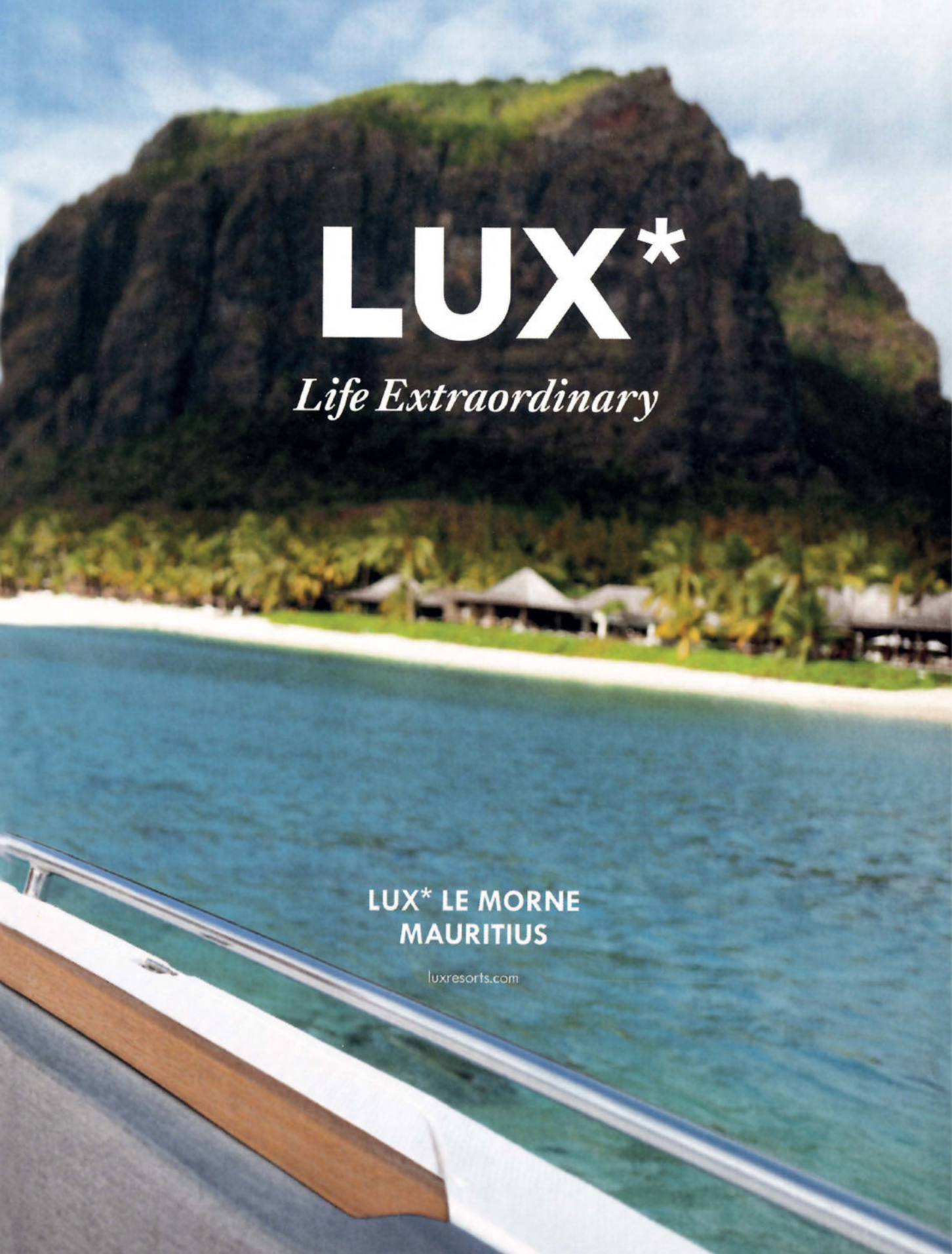


"En la guerra, la vanguardia son los que van delante y los matan primero; por eso pocos hacen vanguardia", Ferran Adrià

CHEF OF THE YEAR

Rasmus Munk, la apuesta de Ferran

lanzarotecaliente.com


LUX*
Life Extraordinary
LUX* LE MORNE
MAURITIUS
luxresorts.com

L'Atelier Paris

HAUTE DESIGN

The Art, Craftsmanship & Excellence Of Haute Cuisine

Handcrafted Cooking Ranges & Suites, Steel Cabinetry, Fine Wood Working & Appliances

Paris • New York • Miami • Los Angeles

www.LeAtelierParis.com • 1 800 792 3550

BENNETT WINCH
HANDMADE IN ENGLAND

A handle on your tailoring

THE SUIT CARRIER HOLDALL *by* **BENNETT WINCH**

One man stumbles down the Row taming a suit bag in one hand and a duffle bag in the other.
A second man walks towards him carrying a Bennett Winch Suit Carrier Holdall.
The first man nods, the second man waves.

34 SAVILE ROW, LONDON | BENNETTWINCH.COM

sumario

MENÚ ABRIL 2024

70
Cuando los británicos colonizaron la India tuvieron que afrontar un problema: no había sopa.

86
Lo de las máquinas expendedoras (de lo que sea) es una verdadera locura en Japón.

94
Descubre por qué Rasmus Munk se ha convertido en nuestro flamante "Tapas Chef of the Year 2024".

128
Las 'food tech' marcan el ritmo en los negocios gastronómicos... y apenas acaban de empezar.

FOTO: MATHIAS EIS.

TIGER OF SWEDEN
1903
TIGEROFSWEDEN.COM

sumario

53
Antes de triunfar en la música, The Who grabó varios comerciales... y los incluyó en este disco.

72
La elección de las sillas de un restaurante no es solo una cuestión estética. La comodidad es clave.

100
¿Cómo se ha convertido la gastronomía danesa en un auténtico referente en unos pocos años?

114
En DiverXO no dan abasto para explicar las creaciones de Dabiz Muñoz. Así que las dibujan.

ILUSTRACIÓN: DIVERXO.

MR MARVIS

The Easies are our most versatile trousers ever, combining the looks of a chino with the comfort of sweatpants. Perfect for sliding smoothly through any day. From a day staying in, to a busy day out and about – look dressed & feel relaxed with The Easies. Responsibly made in Portugal, and available in 17 colours. Order The Easies now on **mrmarvis.co.uk**

sumario

61
Si te gusta el boxeo, te encantará esta vajilla. Pero cuidado con ella, no es tan dura como parece.

84
¿Te vuelve loco la pasta? Pues prepárate para probar la nueva tendencia, hecha con harina de insectos.

106
Hay quien solo va a un hotel para alojarse. Descubre las joyas gastro que puedes encontrar.

134
Andrés Madrigal ha regresado a Madrid con su proyecto más personal. Nos recibe en su casa.

FOTO: PABLO LORENTE.

Annoushka

ANNOUSHKA

41 Cadogan Gardens, London, SW3 2TB

annoushka.com · 0800 138 1659

Tapas
MAGAZINE

EDITOR Y DIRECTOR
ANDRÉS RODRÍGUEZ

ASISTENTES DEL EDITOR
ÁNGELA BORRIELLO aborriello@spainmedia.es
STHEFANY VALERIANO svaleriano@spainmedia.es

CHIEF EXECUTIVE OFFICER. CEO
IGNACIO QUINTANA iquintana@spainmedia.es

ASISTENTE DEL CEO
ALICIA RAMÍREZ aramirez@spainmedia.es

DIRECTORA DE COMUNICACIÓN **JIMENA AZINOVIC** jazinovic@spainmedia.es
TÉCNICO DE COMUNICACIÓN **VALENTINA IUDICI** viudici@spainmedia.es

SUBDIRECTOR **JAVIER MÁRQUEZ SÁNCHEZ** jmarquez@spainmedia.es
REDACTORA JEFA **INMA GARRIDO LÓPEZ** igarrido@spainmedia.es
DIGITAL CHIEF EDITOR **MANUELA SANOJA** msanoja@spainmedia.es
REDACTOR TAPASMAGAZINE.ES **TONI ALONSO** aalonso@spainmedia.es
REDACTORA TAPASMAGAZINE.ES **LAURA PÉREZ** lperezp@spainmedia.es
REDACTOR TAPASMAGAZINE.ES **JOAQUÍN TORREBLANCA** jtorreblanca@spainmedia.es
COMMUNITY MANAGER **CARLOTA MIGUEL** cmiguel@spainmedia.es

DIRECTOR CREATIVO **LUIS RODRÍGUEZ** lrodriguez@spainmedia.es
DISEÑADORES GRÁFICOS **LEONARDO BERBESÍ, SILVIA GARCÍA Y EDSON FARIA**
DIRECTORA DE MARKETING **CARLA ROGEL** crogel@spainmedia.es
REALIZADOR DE VÍDEO **JORGE TUDANCA** jtudanca@spainmedia.es
DIRECCIÓN DE ARTE **n.ZO ESTUDIO** hola@nzoestudio.com

SKYLINE STUDIO S.L.
DIRECTOR GENERAL **CRISTIANO BADOCH** cbadoch@spainmedia.es
BRAND MANAGER **LORENA MARCELLO** lmarcello@spainmedia.es
DESARROLLO DE NEGOCIO ÁREA DE MOTOR **ANDRÉS HERNÁNDEZ** adhernandez@spainmedia.es
DIRECTOR COMERCIAL FORBES TRAVEL **ANTONIO NÚÑEZ** anunez@spainmedia.es
DIRECTORA DE DESARROLLO DE NEGOCIO **MAR CALATRAVA** mcalatrava@spainmedia.es
DESARROLLO DE NEGOCIO Y EVENTOS
PATRICIA OREA porea@spainmedia.es **JENNIFER HELLMAN** jhellman@spainmedia.es
DELEGADA COMERCIAL BARCELONA **ALBA HERNÁNDEZ PÉREZ** ahernandez@spainmedia.es
JEFE DE PUBLICIDAD BARCELONA **ANTONIO CONESA** aconesa@spainmedia.es
PUBLICIDAD INTERNATIONAL (ITALIA Y SUIZA) **LUCIANO BERNARDINI DE PACE** luciano@bernardini.it
Mediaberna Srl. Via Montevideo, 11A. 20144 Milano (Italy). T. +39 3358323920 e. bernardini@bernardini.it

CHIEF DIGITAL OFFICER **ISMAEL SÁNCHEZ** isanchez@spainmedia.es
DIRECTORA FINANCIERA **GLORIA PLAZA** gplaza@spainmedia.es
CONTABILIDAD **ROSA MORA, MARÍA MONTENEGRO Y GEMMA QUESADA**

PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN
MARTA MIGUEL mmiguel@spainmedia.es
YOLANDA GIMÉNEZ ygimenez@spainmedia.es
ALICIA VILLAPLANA avillaplana@spainmedia.es

HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO
REDACCIÓN: José Gómez, Fernando Bernal, Lucía Martín, Victoria Bravo, María Lorente, Marta Fernández Guadaño, Ana Franco, Marina García Diéguez, Santi Alverú, Emilio Molines, Rosa Molinero Trias, Jesús Rodríguez Lenin, José Manuel Ruiz Blas, Raúl Alonso y Cristina Romero. FOTOGRAFÍA: Oscar Arribas, Mathias Eis, Nani Gutiérrez, Pablo Lorente, Javier Márquez Lera, Jaime Partearroyo, Davit Ruiz, Javier Suárez. ILUSTRACIÓN: María Almeida, Leonardo Berbesí, Carmen Casado. Iconos de recurso ilustrados por Pablo Amargo. MODA: Oscar Arribas (foto), Martina Tacchini (estilismo y realización), Pascual García Murillo, Sandra González García (asistentes de estilismo) y (MUAH) Oleysa Oleksyuk. AGENCIA: Getty Images.

Ilustración:
Ana Godis

SpainMedia.
Tapas

¿NO ENCUENTRAS TAPAS MAGAZINE EN LOS QUIOSCOS? Consigue los números atrasados pidiéndolos en spainmedia.es/tienda

IMPRENTA:
JIMÉNEZ GODOY ARTES GRÁFICAS
Crta. Alicante, Km. 3, 30160 MURCIA.
T +34 968 850 400. F +34 968 852 351

DISTRIBUCIÓN:
SGEL. Avda. Valdelaparra 29,
28108 Alcobendas, Madrid.
Telf. 91 657 69 00

Spain Media Consulting.
Calle Almagro 23, 4ª planta,
28010 Madrid (ESPAÑA).
T +34 91 206 10 40. F +34 91 206 10 44

Spain Media Consulting.
Barcelona: Vía Augusta, 2 Bis -5ª planta
08006 Barcelona (ESPAÑA).
T +34 93 241 37 14. F +34 93 414 70 36

Forbes
ForbesWomen
Tapas
Nautik
HIGHXTAR.

Spain Media Consulting, S.L.
Depósito legal M 5245-2015
ISSN: 2255-4769
Canarias 5,20€
Difusión controlada por OJD

Tapas no se hace responsable de las opiniones vertidas por los colaboradores en sus artículos. © Spain Media Consulting, S.L. Reservados todos los derechos. Prohibida su reproducción, edición o transmisión total o parcial por cualquier medio y en cualquier soporte sin la autorización escrita de Spain Media Consulting, S.L.

CARRIER COMPANY
norfolk england
TIMELESS CLOTHING & EQUIPMENT TO CARRY YOU THROUGH THE SEASONS
carriercompany.co.uk
always made in the uk

Andrés Rodríguez Editor y director de Tapas

@arodspainmedia

EL ELEGIDO

Mi amigo Ferran Adrià fue a la primera persona a la que le dije que iba a publicar una revista que se llamaría *TAPAS*. Este final de año cumpliremos 100 números, con el Premio Nacional de Gastronomía (2016) en la solapa. El pasado otoño, el día que Ferran me enseñó la Fundación de elBulli Cala Montjoi, escondida entre sus parrafadas –todos sabemos que la mente de Ferran va más ligera que su lengua–, dejó caer: "No me importaría encontrar a alguien al que acompañar, al que ir guiando…". La frase pasó desapercibida ante las explicaciones de la esperada Fundación elBulli. Pero no para mí.

Hace dos meses, en Dinamarca, Ferran y Albert resucitaron elBulli. ¿Por qué allí? ¿Por qué ahora? ¿Con quién? La respuesta está en la portada de esta revista. Ferran había elegido a Rasmus Munk para transmitir su legado.

El *Tapas Best Chef Of The Year* es ya un premio consolidado. En su trayectoria, Paco Morales, hoy con tres estrellas por su cocina andalusí; Daniel Humm, que durante la pandemia cerró su triestrellado 11 Madison Park y cuando lo volvió a abrir lo convirtió en un vegetariano que renovó sus estrellas; Martín Berasategui, el número uno en el modelo de gestión de restaurantes a base de garrote; y Dominique Crenn, la primera mujer en obtener tres estrellas en Estados Unidos.

Y ahora, Rasmus, elegido por Ferran. No es poca responsabilidad. Tampoco lo es que te elija *TAPAS*, la revista que ha convertido a los chefs en estrellas del rock, en su *Chef Of The Year*.

QUÉ NOS INSPIRA

1

Jarra de agua de mango envuelto, de **Jens Quistgaard**.

2

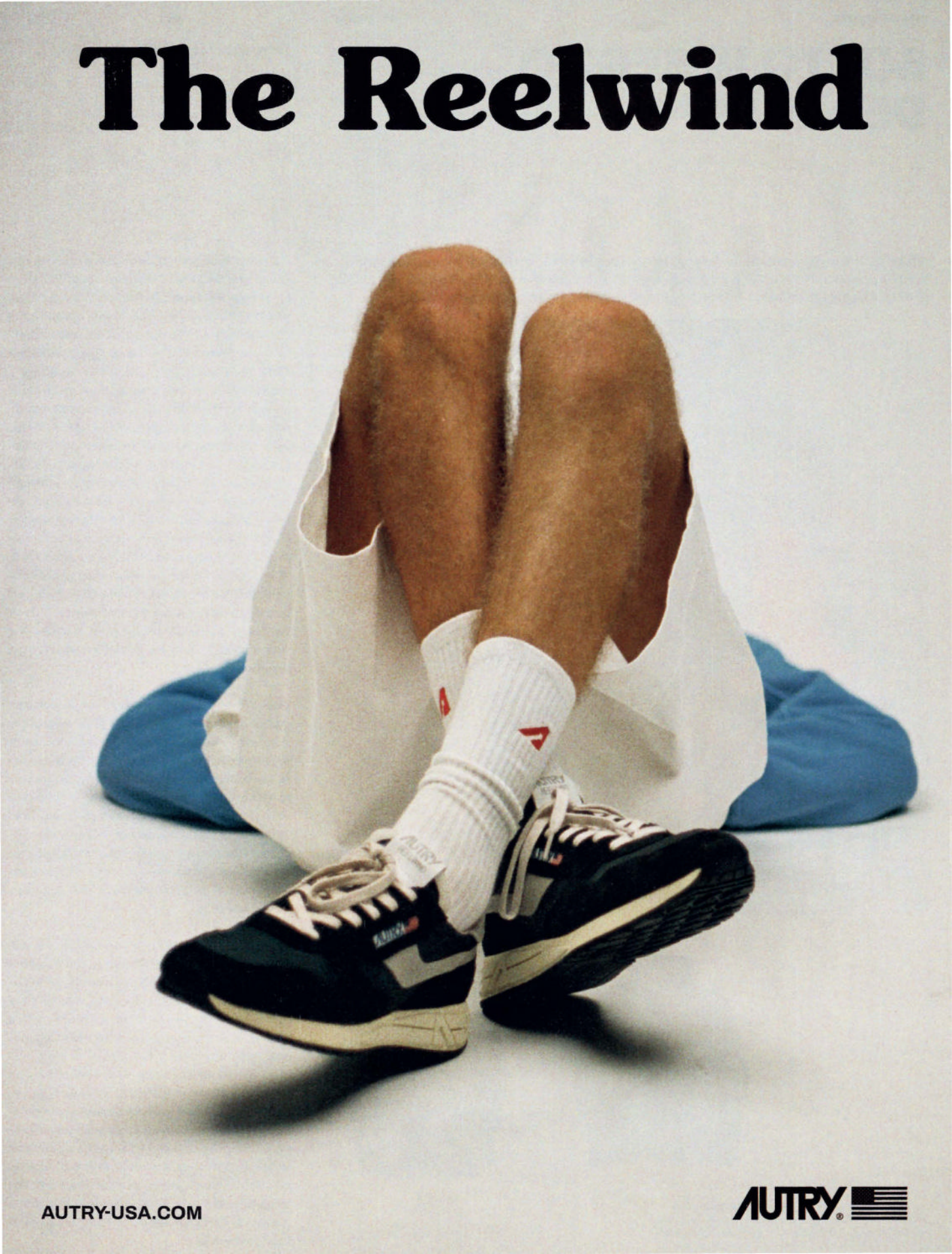
Portavelas de trébol, de **Dansk**.

3

Molinillo de pimienta Applekern, de **Audo Copenhagen**.

Canción: Nobody does it better. CARLY SIMON

The Reelwind



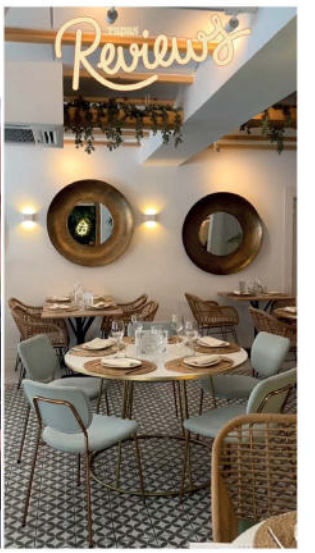
AUTRY-USA.COM

AUTRY

ABRIL

TAPAS FILMS

En el canal de YouTube de Spainmedia puedes disfrutar de fragmentos de nuestras entrevistas y del making of de los mejores reportajes de fotos.



ENRIQUE DEL RÍO EN LA HUERTA

Charlamos en La Huerta Funky Castizo (Madrid) con el emprendedor Enrique del Río, quien se mueve en el entorno artístico como pez en el agua. Comentamos la efervescencia artística de Madrid y, en concreto, de Carabanchel; de los prejuicios que tienen sobre el arte quienes no lo entienden y de libros imprescindibles sobre creatividad. Puedes leer toda la conversación en este mismo número y ver en el vídeo cuáles son los platos veganos que borda este empresario.

HENAR ÁLVAREZ NOS PASA CONSULTA

Estuvimos con Henar Álvarez, quien fue nuestra portada del número de marzo, y aprovechamos para hablar de infinidad de temas, como su trabajo, feminismo y su nueva novela, *Ansia* (Planeta). También hicimos una sesión de fotos al más puro estilo *Mujeres al borde de un ataque de nervios* y pasó consulta a nuestros lectores. Respondío a sus dudas sobre amor y ligoteo y pudimos comprobar que la cómica tiene la velocidad de un Maserati y más salidas que la M-30.

CANTINEANDO CON DARÍO EME HACHE

Quedamos en La Cantina del Matadero (Madrid) con Darío Manzano Hervás, más conocido artísticamente como Darío Eme Hache, para hablar de comedia y de los nuevos formatos. Darío nos habló de sus referentes y su cómico favorito, Javier Cansado. Su habilidad con el humor, aunque lleva entrenamiento, es bastante inntata, por lo que hacer reír y estar siempre de guasa es algo que le sale bastante natural. Aunque, a veces necesita estar callado, cuenta, o implosiona.

SALIMOS A COMER A PANAMERA

Ya son cinco generaciones las que han estado a los mandos de Panamera, un restaurante que reinventa la cocina tradicional castellana de Mesón del Cid. En este caso, la fusiona con pinceladas latinoamericanas. No te pierdas las croquetas de marisco y leche de coco con mayonesa de curry o las de boletus con papada ibérica, o su galardonado pincho de morcilla de Burgos con helado de pimiento del piquillo; el hummus de cocido madrileño con torrezno o la torrija de brioche.

YETI BUILT FOR THE WILD.
The Camino® Carryall is the fill-it-up,
spray-it-down, haul-it-anywhere bag.

MUJERES EN GASTRONOMÍA

No se trata de egos, ni de competición; se trata de colaboración e igualdad. Estas líneas esconden las reflexiones de cuatro mujeres que trabajan en el mundo de la gastronomía con corazón y una cabeza fría maravillosa.

Texto **Victoria Bravo**

Con la primavera asomando por la ventana y atravesando el mes de marzo –casualmente, el mes de la mujer–, todo hacía presagiar que el encuentro de estas cuatro mujeres iba a dar mucho de sí. Tanto, que terminaría con la promesa de una comida juntas. Ocurrió el martes 19 de marzo, durante la celebración del último *Tapas Talks*, de la mano de la Dirección General de Igualdad de la Comunidad de Madrid, en una tercera colaboración con estos encuentros creados por la revista *Tapas* para que los profesionales del sector puedan compartir conocimiento, experiencia, inquietudes y desafíos con el propósito de trazar puentes –o acueductos– entre todos y sus respectivas disciplinas. En definitiva, para ser mejores. En esta ocasión el tema a debatir, tan importante como complejo, nos atañe todos: el papel de la mujer en la gastronomía.

Y las voces no podían ser mejores: Soraia Durán, fundadora y directora general de la agencia Suite; Sara de la Torre, directora del departamento de innovación de Emilio Moro; María Fernández, propietaria de los restaurantes Barracuda MX y Can Chan Chán; y Lucía Grávalos, chef de Desborre. El lugar, el hotel NH Collection Madrid Suecia; la moderadora, Laila Jiménez, periodista y presentadora de Informativos Telecinco.

1

2

3

4

5

Siempre es una pregunta la que rompe el hielo, lanzada al aire por Laila para que la recoja quien quiera: ¿Creéis que con el trabajo que hacéis mujeres como vosotras se está dando mayor visibilidad a la conciliación? Lucía da un paso al frente para ir a la que es para ella la clave de la conciliación en la hostelería: la concienciación del cliente, quien debe entender que no se puede tomar un menú largo a las tres y media de la tarde. De ahí surge el respeto hacia un oficio que nos hace disfrutar tanto y el respeto hacia el horario de los hosteleros. Todas creen que se ha avanzado, pero que todavía queda mucho camino por recorrer y mucha educación que impartir.

Los puestos directivos, algo que se extrapola a todas las profesiones, parecen ser los grandes hitos inalcanzables. Y es importante, porque si la mujer está en la cúspide de la pirámide habrá más posibilidades de que se entienda el peso familiar, su valor y, por tanto, la igualdad. Soraia en esta asignatura aprueba y con buena nota,

"EN LA ENOLOGÍA NOS FAVORECE ESE EXTRA DE SENSIBILIDAD"

SARA DE LA TORRE

6

7

1. Lucía Grávalos, chef del restaurante Desborre (Madrid).
2. María Fernández, propietaria de los restaurantes Barracuda MX y Can Chan Chán (ambos en Madrid).
3. Sara de la Torre, directora técnica de Bodegas Emilio Moro.
4. Soraia Durán, fundadora y directora general de la agencia Suite.
5. Laila Jiménez, periodista y presentadora de Informativos Telecinco.
6. Todas las participantes del Tapas Talks: Mujeres en gastronomía.
7. La nueva libreta Tapas.

Comunidad de Madrid

ya que el 80% de su plantilla la componen mujeres: "Siempre ayudaré en la conciliación y la favoreceré porque la entiendo". No se cansan de pedirlo ni de apoyarlo, así como Sara también pide el apoyo de los ministerios, consejerías o comunidades.

La visibilidad de la mujer ha sido poca a lo largo de la historia y cuando ha empezado a tener peso es cuando ha comenzado a hacerse un hueco en lugares que han estado siempre dominados por los hombres. Las bodegas es uno de estos lugares: "Es ahora cuando las mujeres están despuntando en los departamentos técnicos. Los hombres tenían más facilidades para acceder a la formación y, por tanto, podían acceder a ese puesto de trabajo", afirma Sara. También cree que ellas tienen un punto de sensibilidad extra y más amplitud en el perfil aromático y gustativo; y todo eso nos favorece y le sacamos partido. Si no, sólo hay que echar un vistazo al amplio listado de enólogas, directoras de bodegas y responsables de viñedo.

"Es increíble que la base de la gastronomía sea la mujer, pero que cuando alguien ha despuntado en la familia, ese haya sido el hijo", exclama Lucía. Y sobre esto María cree que es importante tener equipos mixtos y equilibrados en el restaurante porque todos tienen algo que aportar. Ella se confiesa enamorada de Tatiana Allard, la jefa de cocina de Barracuda MX: inteligentísima, entregada, amorosa, responsable... Perfecta.

Pero ¿hay una cocina masculina y otra femenina? Soraia sí reconoce, y en la agencia lo tienen cuantificado, que el groso de la hamburguesería es él, y el de la cocina healthy es ella. Hay preferencias genéricas, pero a la hora de comunicar tiene claro que no se debe segmentar, ya que la comunicación tiene que ser inclusiva para así llegar a todos los públicos.

Todas concuerdan en que los desafíos del futuro residen en ocupar más puestos directivos, en tener más confianza en sí mismas, en contar con el apoyo de las administraciones, en invertir en una educación feminista desde edades tempranas y en referentes, por favor, que haya muchas más referentes femeninas.

EL MUNDO DEL TÉ: SABORES Y TRADICIONES

Por **José Gómez**

El té es una de las bebidas más veneradas y consumidas en todo el mundo, solo superada por el agua. Su historia se entrelaza con la de numerosas culturas, donde ha sido apreciado como un bien de intercambio y un elemento esencial de la vida cotidiana durante siglos. Mi propio viaje personal con el té comenzó hace más de una década en China, y desde entonces, esta infusión ha sido una parte fundamental de mi vida, al igual que lo es para miles de personas en todo el mundo.

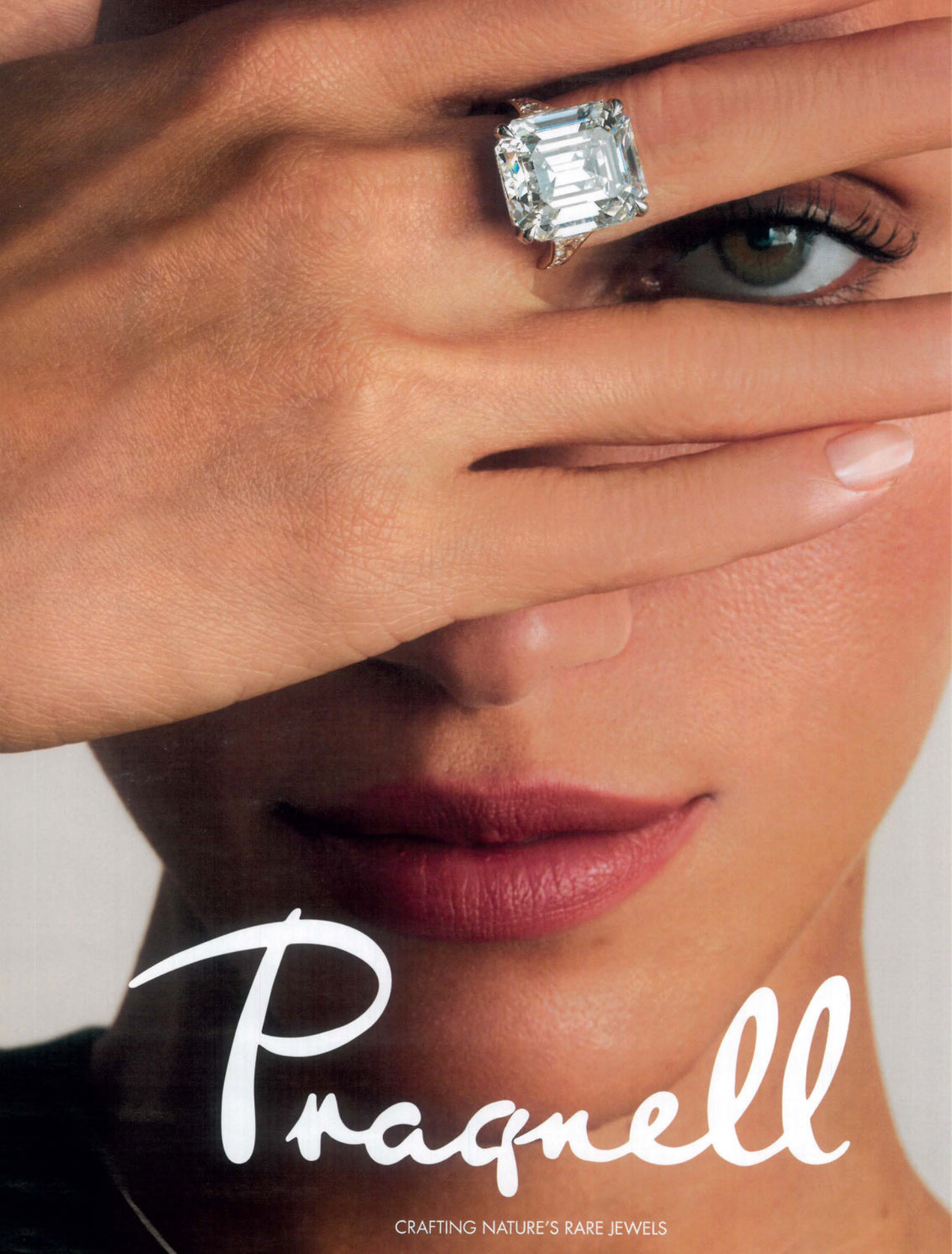
Recuerdo claramente mi primer encuentro con el té en China. Fue una experiencia transformadora, especialmente cuando probé por primera vez un Pu-erh con más de 30 años de envejecimiento. Este té rompió por completo mi concepto preconcebido de lo que era el té. Acostumbrado a las infusiones "occidentales" que tendían a ser amargas, este Pu-erh era todo lo contrario. Su aroma era delicado y refinado, mientras que en boca revelaba una complejidad fascinante. No era amargo en absoluto. Esto me hizo reflexionar sobre la forma en que en Occidente estamos acostumbrados a preparar el té, utilizando bolsitas de hojas picadas que sueltan rápidamente sus componentes, incluyendo la cafeína y los taninos, lo que puede resultar en una experiencia amarga en cada taza. Sin embargo, el té de hoja suelta es una experiencia completamente diferente; es suave, aromático y lleno de matices.

Es importante destacar que todas las variedades de té provienen de la misma planta, la Camellia sinensis. Sin embargo, son los procesos de elaboración y el grado de oxidación de las hojas lo que determina el tipo de té que se produce. Los seis tipos principales de té son el Pu-erh, Negro, Oolong, Verde, Amarillo y Blanco. Cada uno de estos tipos tiene su propia historia, tradición y características distintivas, reflejando la diversidad cultural y geográfica de las regiones donde se cultivan y se preparan.

El Pu-erh, por ejemplo, es conocido por su proceso de fermentación especial que le confiere un sabor terroso y complejo, mientras que el té negro, ampliamente consumido en Occidente, se caracteriza por su sabor robusto y notas astringentes. El té verde, por otro lado, es apreciado por su frescura y suavidad, siendo popular en muchas culturas asiáticas por sus propiedades antioxidantes y medicinales. Cada tipo de té tiene su propio ritual de preparación y disfrute, que refleja la rica historia y las tradiciones arraigadas en las comunidades donde se cultiva y se consume.

El té no solo es una bebida deliciosa, sino que también tiene una gran importancia cultural y social en muchas partes del mundo. Desde las ceremonias del té en Japón hasta las reuniones sociales en Inglaterra, el té es mucho más que una simple bebida; es un vínculo que une a las personas y une comunidades a través de las generaciones. Mi viaje con el té ha sido una aventura emocionante llena de descubrimientos y experiencias sensoriales, y estoy emocionado de seguir explorando este fascinante mundo de sabores y tradiciones.

José Gómez Sánchez, *sexta generación al frente de una empresa que ha posicionado el jamón Joselito como marca 'top' de la gastronomía mundial.*


Pragnell
CRAFTING NATURE'S RARE JEWELS

Pablo Berger, cineasta

CINE A SU MANERA

TEXTO **FERNANDO BERNAL**
FOTOGRAFÍA **JAIME PARTEARROYO**

Pablo Berger quedó con *Tapas* en el Café Comercial el 27 de febrero.

Pablo Berger (Bilbao, 1963) no pierde la calma porque sabe que el desarrollo de un proyecto puede ser muy lento. El hecho de realizar cuatro películas en 20 años le ha convertido en un director "de culto", y su forma de entender los géneros y su actitud *punk* le han llevado a realizar, por ejemplo, películas mudas que han sido un éxito como *Blancanieves* (2012). En su adaptación animada del cómic de Sara Varon *Robot Dreams* tampoco hay palabras, y eso no ha sido un obstáculo para que la película arrasase en la temporada de premios, consiguiendo el Goya o el galardón de la Academia de Cine Europeo y quedándose entre los finalistas al Oscar. Una carta de amor a Nueva York, al cine, a la amistad, a la música y, claro está, al propio amor. Una obra luminosa y emotiva, donde palpita el talento de un autor que no necesita palabras para expresarse.

Defines lo que ha pasado con *Robot Dreams*

VICTORIA
HEREDEROS DEL
MARQUÉS DE RISCAL
XR
WINE MODERATION
ELEGIR | COMPARTIR | CUIDAR
EL VINO SÓLO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN
HEREDEROS DEL
MARQUÉS DE RISCAL
XR
ROSÉ
RIOJA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA
HEREDEROS DEL
MARQUÉS DE RISCAL
Reserva
XR
LIBRO DE VENDIMIAS
RIOJA

como la tormenta perfecta…
No ha parado de crecer. Estrenar en Cannes, ir a Annecy, que es el gran festival de la animación, Sitges, los Goya, los Annie y, para terminar, estar en la gala de los Oscar. Nunca nos imaginábamos que iba a tener este recorrido. Siempre que hago una película creo que va a ser un peliculón y que va a tener éxito (risas). Esa es la naturaleza propia de los directores que están peleando por algo tantos años, hay que creer en el éxito. Ha salido nuestro número, porque esto es una tómbola. Hay películas que conectan y yo creo que esta lo ha hecho, tanto con la crítica como con el público. Esto es un sueño. Yo hago películas pensando en el público más amplio, no me gusta pensar que hago películas 'nicho' o de autor. Cuento historias y aquí ha aparecido esa magia que no se puede explicar y que tampoco tengo la capacidad de repetir.

Pero elegir la animación y otra vez una película sin palabras sí supone toda una decisión de autor.
Es verdad. Pero es que la palabra autor suena grande, yo prefiero hablar de algo personal. Hago las películas que a mí me gustaría ver en el cine. Aunque suene egoísta, la prueba del algodón soy yo. Soy mi máquina de la verdad. Como creador me gustan los retos y que las películas se conecten entre ellas en el aspecto formal, aunque en el contenido sean diferentes.

¿Cuándo sentiste esa conexión con el público?
Lo maravilloso del cine de animación es que hay un borrador de la película antes de empezar el proceso. Después de escribir el guion, paso un año con un equipo pequeño haciendo un *storyboard* animado, y eso se va a convertir en el mapa del tesoro para que luego lleguen los animadores, el equipo de producción y montes los estudios. Una vez que tenemos esa animática, se la enseñamos a los productores y financiadores y vimos que había una respuesta emocional, como si la película estuviera ya acabada. Cada plano, su duración y las miradas de los personajes ya representaban la película acabada. Cuando leí la novela gráfica me conmovió, ese fue el motivo de adaptarla, y también vi a gente conmoverse con lo que yo les presentaba.

¿Se ha entendido como esperabas esta relación tan emotiva entre el perro y el robot?
Creo que sí. En los encuentros con el público he notado cómo los espectadores la hacían suya. A mí la novela gráfica me conmovió porque me acordé de seres queridos que ya no estaban conmigo o de un amigo que dejó de serlo. Pienso que ha habido muchos espectadores que se han subido a esa montaña rusa emocional y han hecho sus propias sustituciones. También sigue habiendo un prejuicio hacia la animación y me he encontrado con cierto público reticente, porque

"HA SIDO MUY 'PUNK' CÓMO HEMOS HECHO LAS PELÍCULAS. ADEMÁS, EN ESPAÑA"

piensan que es algo infantil, y eso es contra lo que más hemos luchado.

Sin embargo, la última película de Miyazaki, 'El chico y la garza', con la que ganó el Oscar al que estabas nominado, ha sido la obra del japonés que mejor ha funcionado en nuestro país.
Ha sido increíble, pero no solo aquí, en el mundo entero. Hemos mirado a Miyazaki y al cine japonés en el planteamiento de hacer una película adulta, emocionante, más pausada y no solo algo de acción y comedia. Nosotros llevamos tres meses en los cines. El cine de animación es un poco fondo de armario, no tiene fecha de caducidad. Quiero pensar que *Robot Dreams* va a tener una larga vida.

Hablas de las salas de cine. En tu discurso de los Goya defendiste ir a los cines a ver las películas en pantalla grande.
En los discursos hay una parte de improvisación y me dejé llevar con eso de "larga vida al cine en los cines" por muchas razones. La primera es porque los directores diseñamos las películas para los cines, no para una pantalla pequeña. Y también hay otro elemento y es que el cine en nuestro país, tras la pandemia, aún no se ha recuperado del todo y por eso hay que poner en valor las salas. Además, *Robot Dreams* es una película *old school*, en el sentido de que llega a una sociedad en la que estamos con los metaversos, el Zoom, los avatares, las redes sociales… Me gusta pensar que es una reivindicación del cine como un acto social, que se disfruta sin elementos que te perturben. Quizá es algo un poco romántico por mi parte.

Comenzaste tu carrera con *Mama* (1998), un cortometraje punk en muchos sentidos. Qué crees que es más *punk*, ¿perseverar cinco años para hacer una película o apostar por la animación?
(Risas) Yo creo que el gesto *punk* es hacer lo que deseas o vivir como quieres. Ser un director a tu manera. Me considero afortunado, aunque quizá hubiera podido hacer más películas. Sobre todo, ha sido muy *punk* cómo la hemos hecho y, además, en España. Es "primero lo hacemos y luego ya veremos". Esto conecta con *Mama*, que hice sin haber pasado por la escuela de cine, con ayuda de amigos como Álex de la Iglesia, y esta la hice sin saber nada de animación.

Mahou recomienda el consumo responsable, 5,5º

Enrique del Río, emprendedor

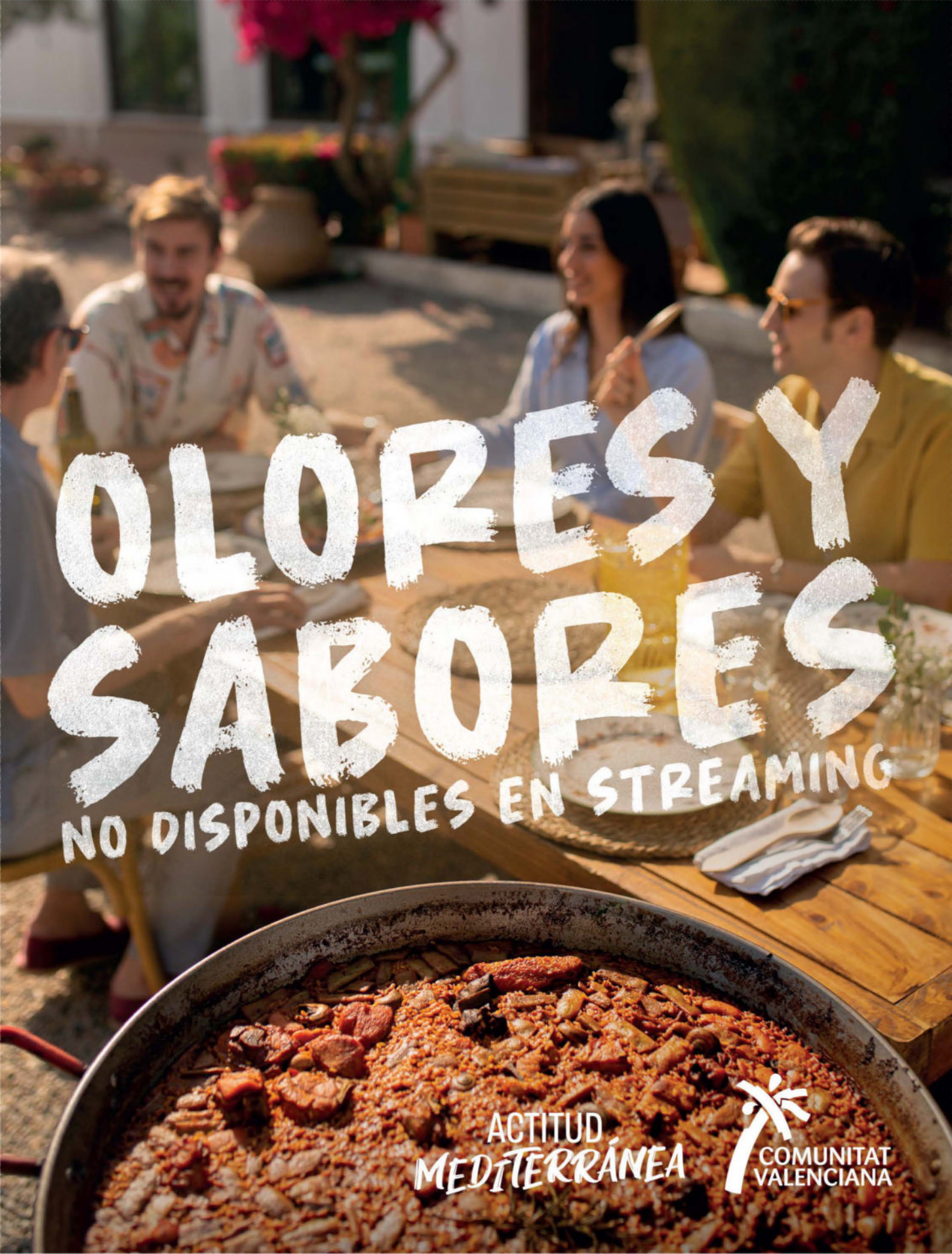
UN TIPO CON ARTE

TEXTO **LUCÍA MARTÍN**
FOTOGRAFÍA **JAVIER SUÁREZ**

Estuvimos con Enrique del Río el 6 de marzo en La Huerta Funky Castizo.

Cayó en la marmita del arte bien joven, de hecho, reconoce que fue una suerte estudiar algo que le gustó mucho (es historiador del arte). También fundó relativamente pronto el primer diario de arte en español. Más tarde llegaría WeCollect Club, un club para coleccionistas de arte y galerías, con lo que puede decirse que toda su trayectoria profesional ha girado en torno a ese mundo, en el que se mueve como pez en el agua.

¿Cada vez hay más arte en Madrid? Basta pensar en la efervescencia artística de Carabanchel en los últimos años...
Sí, hay un bombazo pero no solo en Carabanchel. La mayoría de galerías que han venido están abriendo en el centro. Muchas galerías internacionales están viniendo y tiene que ver con la posición que está cogiendo la ciudad en el mundo, compitiendo casi con Miami, es tremendo. Y los límites se expanden, claro, →


OLORES Y
SABORES
NO DISPONIBLES EN STREAMING
ACTITUD
MEDITERRÁNEA
COMUNITAT
VALENCIANA

Carabanchel está cogiendo mucha importancia sobre todo en el ámbito de la creación, de galerías que buscan locales más grandes que lógicamente en el centro no los hay.

¿Cuántas tonterías se pueden decir sobre arte?

Se dicen muchas, pero hay hueco para todo. Hay empresas, museos, ferias o galerías cuyo objetivo es empatizar más con el público en general, en ese caso el lenguaje debería ser más apto para este público. Y luego hay otros lenguajes más orientados hacia las vanguardias, veo muy bien que se trate de avanzar en experimentación, en lenguajes. Cuando vemos una investigación científica o en gastronomía nadie dice qué tontería, entendemos que hay una élite de ese sector. Y en el mundo del arte, como la mayoría de la gente no lo entiende, tendemos al "esto lo hace mi niño, qué tontería..."

¿Hay que poner límites al arte?

El arte no tiene límites. Otra cosa es que la gente se empeñe en ponerlos desde el ámbito político, económico, sociológico... pero el artista no los tiene.

Dinos artistas españoles que te gusten.

Nuria Mora, Ana Barriga, Pablo Merchante, Carla Fuentes y Uxío da Vila.

¿El arte es un refugio, y no solo desde el punto de vista de la inversión?

La inversión en arte es un tema muy recurrente. El arte es una inversión, está estipulado como tal, se caracteriza porque aparte de inversión económica aporta otras cosas como puede ser la pasión y esos temas más de corazón. Como con otras alternativas de inversión, no solo se busca un retorno económico sino un retorno personal.

¿Sigue siendo difícil para el público empujar la puerta de una galería de arte?

Sí, y realmente no sé la razón, porque hace 20 años lo podría entender, pero ahora en realidad no sé, algo haremos mal. Nosotros sí que hacemos muchos esfuerzos para que eso no sea así, hacemos muchas actividades, intentamos empatizar con el público, pero es verdad que da un poco de apuro entrar en una galería, es como un templo sagrado.

¿Quizás porque se siga viendo el arte como algo elitista, por ser caro o por no entenderlo?

El arte es elitista, pero porque muy poca gente lo entiende no por los precios. Nosotros tenemos obras desde 500 euros. Lógicamente esto ya es una cuestión de preferencias, de comprarse una obra de arte de un artista de primer nivel o comprar un teléfono o una cazadora. El tema es que a la gente no le gusta muchas veces mirarse en un espejo y ver que no sabe de algo, que no entiende. La gente que hace arte está diciendo lo que siente, cómo ve el mundo, traslada sus sentimientos en una creación, da igual que sea una escultura, pintura o una performance. Y empatiza con la gente que piensa como ellos: al final hay mucha gente a la que

"EL ARTE ES ELITISTA PERO NO POR LOS PRECIOS SINO PORQUE POCA GENTE LO ENTIENDE"

eso no le gusta. Es gente que no va al psicólogo, no habla de sus cosas, y no les gusta mirarse en el arte.

¿Algún libro sobre arte que recomendaría?

La historia de la belleza, de Umberto Eco

Eres vegano, ¿desde cuándo?

Pues desde hace seis años, y sin comer carne llevo... ni me acuerdo.

¿Cocinas?

Sí, soy cocinillas

¿Y hay algún plato que bordes?

Bordo absolutamente el sushi. Viví cuando tenía 20 años en General Margallo, cuando empezó toda la movida de las tiendas para restaurantes orientales, toda esa zona entre Cuzco y Cuatro Caminos. Había y sigue habiendo, mayoristas, empecé a investigar y compraba cosas orientales que no tenían ni etiqueta española. Y me encanta hacer sushi casero. En un cumpleaños hice sushi para cien personas.

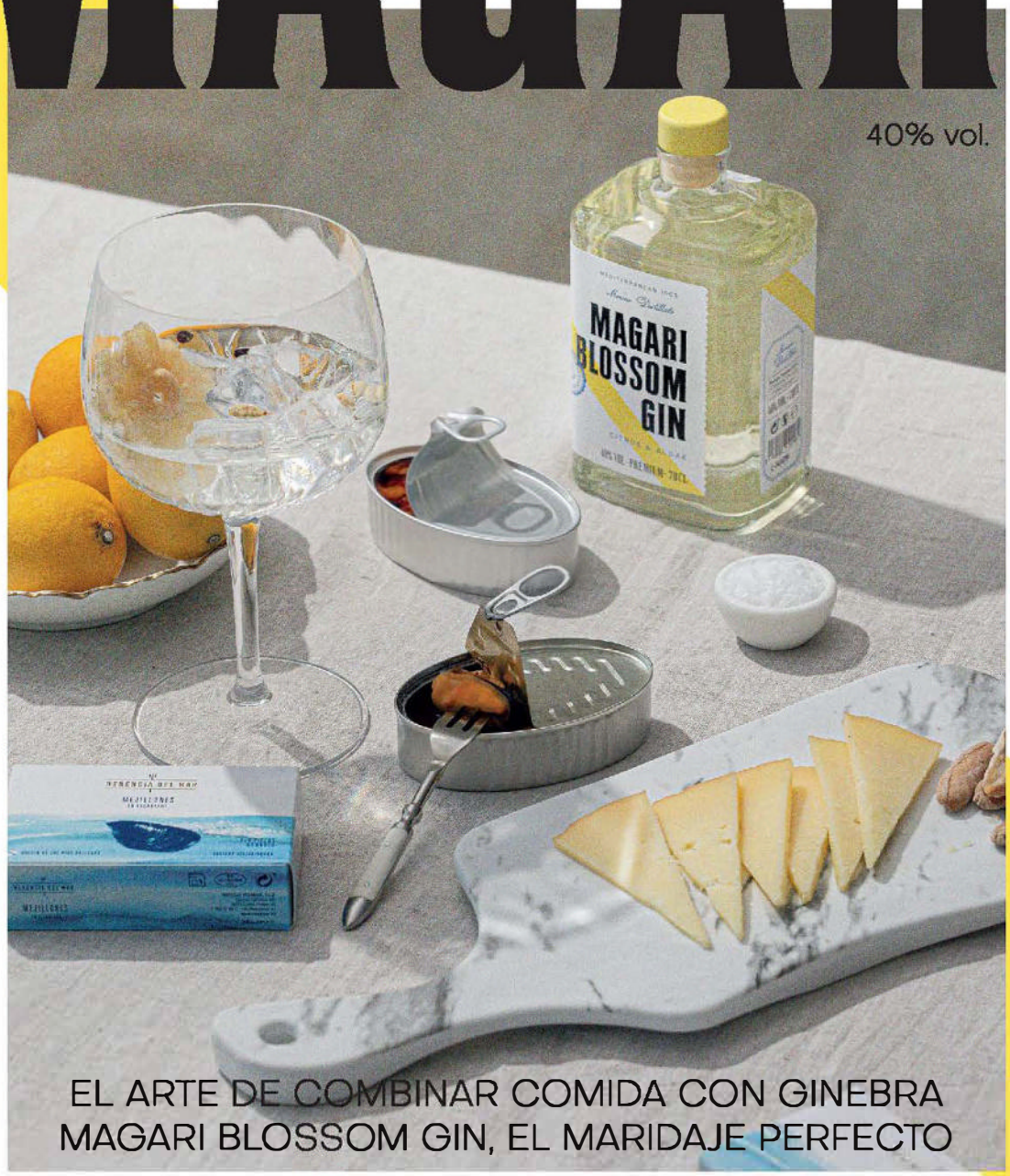
Entiendo que sushi sin pescado...

Todo vegano, sí. Hago maki, que le pongo aguacate y le meto siempre sustitutos vegetales. Una vez hice una barbacoa, no dije que era vegana y nadie se percató. Puse hamburguesas, chorizos, bacon. En otro cumpleaños puse quesos veganos para todos y la gente me decía qué rico es este queso. Hay quesos veganos maravillosos. Soy vegano porque no puedo comer lo otro, vomito, no veo un queso, veo lo otro, lo tengo disociado. Soy vegano pero no voy dando lecciones ni nada. A mí lo que me gustaría no es que hubiese restaurantes veganos sino que hubiese buenas opciones *plant based* en cualquier restaurante, como ha pasado con la leche. Además, este mundo *plant based* sirve para muchos temas de intolerancias. El restaurante Mudrá, por ejemplo, es *plant based* y alcanza un público que no es vegano y eso me mola. Naturalizar todo hasta el punto de que pones una berenjena con trufa o una calabaza con queso vegano y la gente lo pide, sin necesidad de decir que es vegano. En la medida en que tú tengas alternativas vegetales, la gente comerá más propuestas de este tipo sin necesidad de ser vegano.

¿Cuáles son sus locales favoritos de Madrid?

Me gusta mucho Mudrá, La Huerta Funky Castizo, Mune, Club Matador, Osom, Zíngara...

MAGARI



Vegamar recomienda un consumo responsable.

CITRUS & ALGAE

EL ARTE DE COMBINAR COMIDA CON GINEBRA MAGARI BLOSSOM GIN, EL MARIDAJE PERFECTO

Gin diferente, fresca y aromática con un final franco y seco. **UNA DE LAS PRIMERAS GINEBRAS ELABORADAS CON ALGAS MARINAS.** Destilado de cereal en alambique centenario de cobre de 500 litros de principios del siglo XX, con más de 14 botánicos entre los que destacan la salvia, laurel, jengibre, mano de buda, bergamota, naranja, yuzu, lima, limón y distintas algas marinas. Una **ginebra premium** de 5 destilaciones, calmada, fina, de paso firme y elegante, con final fresco, delicado, frutal y marino a su vez. **Magari Blossom Gin** está pensada para acompañar y armonizar perfectamente una amplia propuesta gastronómica de productos del mar, como las conservas HERENCIA DEL MAR. Un maridaje que te sorprenderá. Disponible en ***vegamar.es y en sus espacios gourmet.***

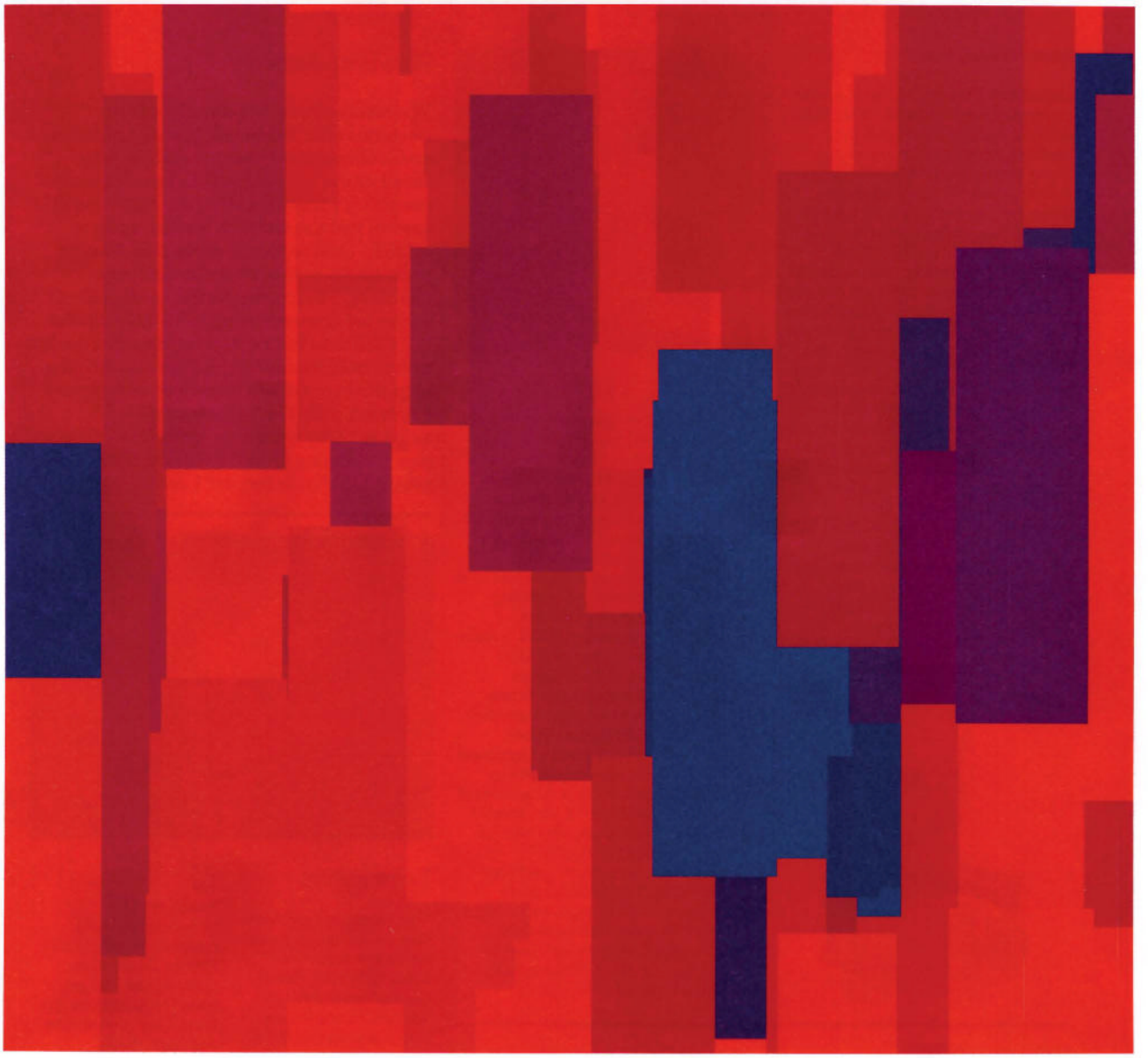
René Mäkelä, artista

SEDUCIENDO 'CELEBRITIES'

TEXTO **MARTÍN ALCOLEA**
FOTOGRAFÍA **DAVIT RUIZ**

René Mäkelä se citó con *Tapas* en la barra de StreetXO el pasado 6 de marzo.

Estaba encaminado hacia el mundo de la Publicidad, pero encontró su lugar como guionista en varios *late nights* de éxito en televisión. Sin embargo, pintar, que hasta ese momento era solo un *hobbie*, se convirtió, por una cuestión del destino, en su vocación absoluta. Cara Delevingne publicó un retrato que hizo de ella y llegó la locura, principalmente con deportistas de élite de LaLiga, NBA, NFL o la Liga de Béisbol de EE UU. Una locura que no ha parado de crecer. Entre sus coleccionistas más famosos se encuentran Madonna, Vinicius Jr., Griezmann, Take Kubo, Cam Newton, Austin Rivers, Manny Machado o el propio Papa Francisco... Con su firma Mäkelismos Brand ha desarrollado el concepto Art in Motion, una constante evolución que le ha llevado, por ejemplo, a aparecer con sus creaciones durante tres días en las míticas pantallas de la concurrida Times Square de Nueva York.



Salone Internazionale del Mobile

EuroCucina | FTK, *Technology* For the Kitchen

International Bathroom Exhibition

International Furnishing Accessories Exhibition

Workplace 3.0 | S.Project SaloneSatellite

Salone del Mobile. Milano

Where design evolves

16–21.04.24
Fiera Milano, Rho

madeinitaly.gov.it

ITA

fieramilano

How do we talk about design?
■ Emotionally ■ Rationally

¿En qué momento sentiste esa 'inspiración' que te llevó a tomarte la pintura como algo más que una afición?
Cuando me puse a saco estaba de guionista con Buenafuente en La Sexta, él se tomó un año sabático para replantear el formato y luego volver. Me quedé sin trabajo y era 2011... nadie aumentaba equipos, ni creaba proyectos. Volví a Palma y comencé a pintar, primero compartía por Facebook y Twitter, y a la gente le empezó a molar. Buenafuente, que por entonces era un amo en Twitter, compartió una publicación de un cuadro mío de Dalí. Jorge Lorenzo lo vio y se quedó con él. Se fue haciendo un pequeño efecto bola de nieve, mientras sumaba seguidores.

Aunque sea difícil y también algo aburrido para el propio artista, ¿te atreves a definir tu estilo, tu arte?
Es una mezcla de pop, hiperrealismo, expresionismo y arte urbano. Mi estilo es reconocible, pero voy utilizando diferentes técnicas y colores para no estancarme.

Cuando recibes un encargo, por ejemplo, recientemente de Vinicius, ¿te dejan libertad para usar el estilo que quieras o te hacen algún tipo de indicación?
Suelen conocer mi trabajo y quieren algo del estilo de lo que ya he hecho. El de Vinicius Jr. era un mural con todos sus ídolos, en el que estaban Cristiano, LeBron, Kobe, Jordan, Pelé y Ronaldo. Con él hice bocetos. Suelo hacer un pequeño *brainstorming*, les presento ejemplos, pero también hay gente que lo deja todo en tus propias manos.

¿Se llega a establecer una relación personal con los clientes?
La verdad es que sí, porque yo siempre suelo enseñar y explicar el proceso. Y como montó yo mismo las obras en el espacio, ahí ya se crea un vínculo. En general, todo el mundo ha sido muy majo porque les interesa mi trabajo.

En 2020 fundas tu firma de moda, arte y decoración, con la que también has experimentado con el desarrollo digital de las obras físicas.
Si hemos trabajado con los NFT, hemos hecho algunas acciones en el Metaverso... nos adaptamos a cualquier formato. Mira, como ejemplo está ahora lo del estadio del Mallorca.

El primer estadio-museo de La Liga, algo histórico, la verdad.
Sí, porque además como siempre he hecho cosas fuera, me pedían hacer algo en mi tierra, y va a ser esto y a lo grande. Así que ya no me podrán decir nada (risas). Vamos a mezclar la cultura de la isla, con el deporte, con iconos de Mallorca y la afición. Queremos que cuando la gente visite el estadio, también se impregne un poco de la cultura mallorquina.

Otro proyecto importante en el que estás implicado tiene que ver con el Downtown y Wynwood en Miami.

"BUENAFUENTE COMPARTIÓ UNA PUBLICACIÓN DE UN CUADRO MÍO Y ASÍ ESTALLÓ TODO"

Es una iniciativa de Moishe Mana, un magnate que es el dueño de toda la zona de Wynwood, que es donde se encuentran concentrados el arte y los grafitis. Él comenzó a remodelar las naves industriales para dedicarlas al arte y ahora también está transformando todo el Downtown, convirtiéndolo en un espacio sostenible. Quiere crear un flujo con los países de Sudamérica y que Miami sea un punto de encuentro multicultural. Tengo mucha relación con él desde hace tiempo y mi obra le encanta, llevamos tiempo planeando hacer una *concept-store* en Wynwood, que sea galería, tienda y estudio, y también hacer diferentes murales. En el Downtown tenemos pendiente hacer uno de Messi, de unos doce pisos de altura, como 600 metros cuadrados. Imagina hacer a Messi con una camiseta que fusione la camiseta de Argentina con la del Inter de Miami.

Podíamos hablar de todas las 'celebrities' que te han comprado, ¿pero a ti qué es lo que más ilusión te ha hecho durante estos años?
Por ejemplo, con Make a Wish, que es una fundación que ayuda a niños enfermos. Con ellos hice una obra conjunta durante la pandemia, me hicieron cada uno de ellos un dibujo y los pusimos en un lienzo y yo pinté encima una niña que pertenecía a la fundación. Esas cosas marcan. También con Madonna, que fui al hospital de su orfanato en Malawi para trabajar en dos murales para la sala de espera. Se trataba de hacer algo colorido, y trabajé con chicas del propio orfanato como modelos y estaban encantadas. Este tipo de cosas hacen que tu visibilidad y tu popularidad valgan la pena. Si puedes ayudar a alguien a ser un poco más feliz...

Como artista plástico, ¿cómo ves el futuro virtual del arte?
Se creó como una burbuja y todo el mundo se apuntó. Fue difícil de distinguir lo que era de calidad y lo que no. También como siempre se ha relacionado con la criptomoneda, pues ha habido un poco de parón. Pero cuando se vean las posibilidades reales que pueden tener los NFT, volverán otra vez a funcionar. Hicimos varias cosas en Nueva York y Miami y fueron muy bien, alargas la vida de la obra y te ofrece otras utilidades, te da acceso a colecciones exclusivas o estar con el artista en el estudio.

PETROSSIAN
FONDÉ À PARIS EN 1920

Tapas

2023/24 — 19,99€

GUÍA PARA COMERSE Y BEBERSE ESPAÑA

MÁS DE 300 PÁGINAS CON LAS QUE SACIAR TU APETITO 24/7 - ALREDEDOR DE 1000 RESTAURANTES PARA PONERTE MORADO - DIRECCIONES TRAÍDAS DESDE EL OLIMPO DE LA GASTRONOMÍA HASTA LAS PISTAS MÁS ESCONDIDAS

Y LOS GANADORES DE LAS T DE ORO 2023

WITH FULL TEXTS IN ENGLISH

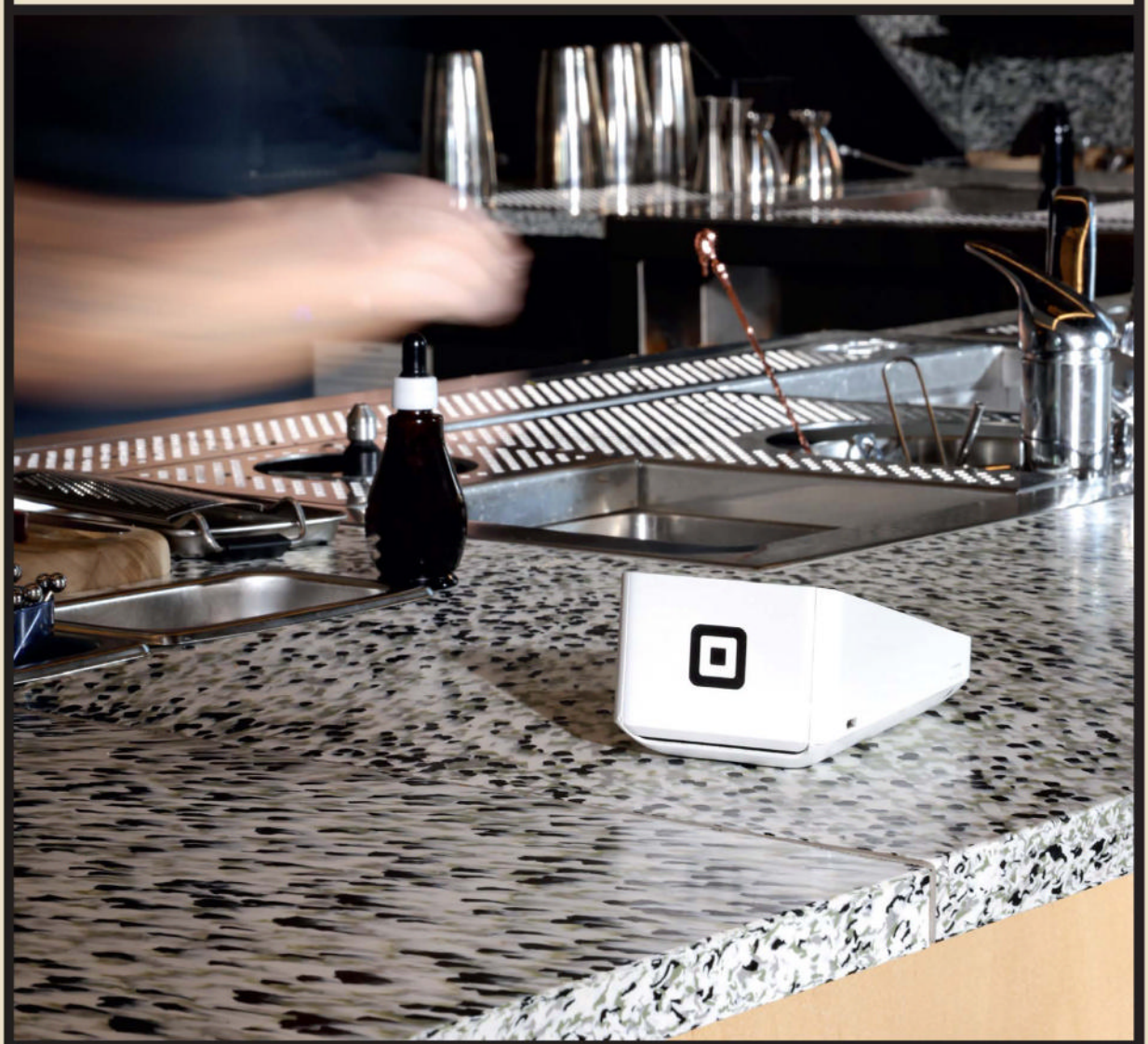
PREMIO NACIONAL DE GASTRONOMÍA

Tapas
@TapasMagazine

Brands. Influence. & Data.
SpainMedia.

Comiéndonos
el mundo
a bocados

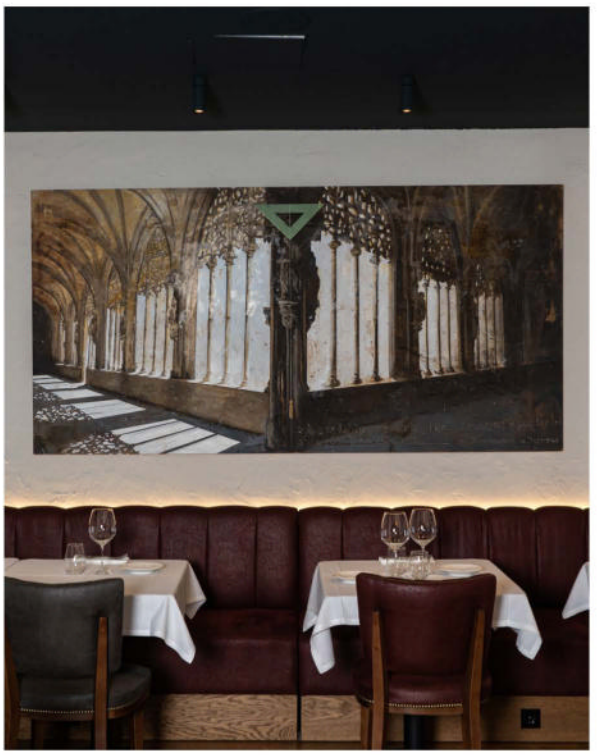
snacks



Hablar de **Square** es hablar del aliado perfecto para cualquier restaurante. Consigue automatizar el sistema de pedidos y cobros para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Square es para los que hacen cosas.

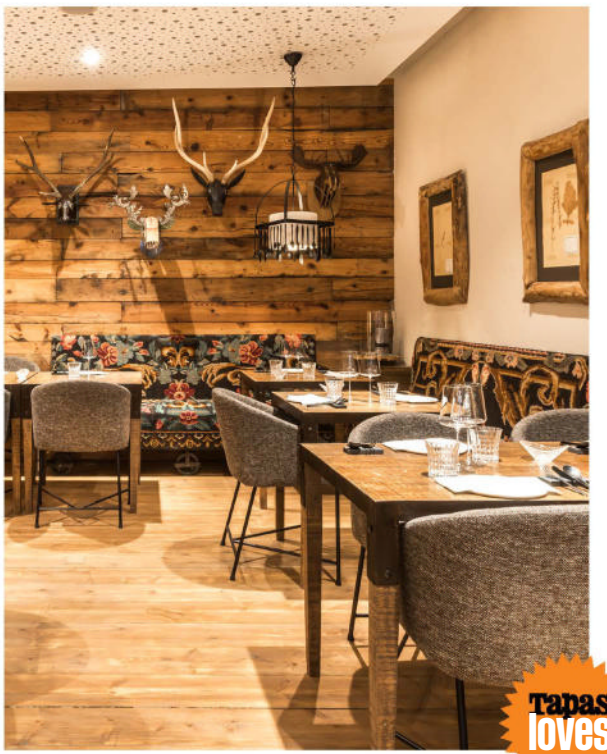
RESERVA OBLIGADA

Nuevos restaurantes que abren sus puertas y viejos conocidos que no dejan de reinventarse para seguir convenciendo. La clave es no dejar de seducir.



VARRA Madrid

Varra supone el primer proyecto en solitario de los chefs **Jorge Velasco** y **Joaquín Serrano**, una casa de comidas que recupera el placer de disfrutar a mesa y mantel. Es, además, el primer restaurante de Velasco y Serrano bajo el sello de **Salvist**, su empresa de consultoría gastronómica con la que asesoran de manera integral a más de una veintena de restaurantes repartidos por toda la geografía española. La directora de sala, **Patricia Sánchez**, es también la responsable de una bodega bien nutrida que pone el broche de oro a la experiencia. **C/ Hermosilla, 7**



ETH BISTRÓ Vielha (Lleida)

El restaurante del chef **Albert Jubany** se ha convertido en una referencia para 'gourmets' gracias a su trabajo, entre otras cosas, con la gamba de Palamós y su menú de caviar. Pero más allá de estos, Jubany se ha preocupado por traer hasta su restaurante de Vielha el mejor producto nacional en un ambiente en el que se mima y se cuida al cliente, desde el guisante lágriama al erizo de mar de Galicia. Cuenta con el menú Sibarita, para disfrutar al máximo de la propuesta, y el Bistronómico, más corto pero igual de disfrutable. **Passeg dera Libertat, 18**

MARTIN MOORE

CLASSIC ENGLISH DESIGN

NOTTING HILL MUSWELL HILL ESHER OLD AMERSHAM ELLAND
ALTRINCHAM TUNBRIDGE WELLS

martinmoore.com 0845 180 0015 martinmoorestone.com

ESTIMAR Y MONTAÑA

Consagrado ya como un maestro de la gastronomía con pescado y marisco, Rafa Zafra ha desembarcado en Madrid con una propuesta muy carnívora.

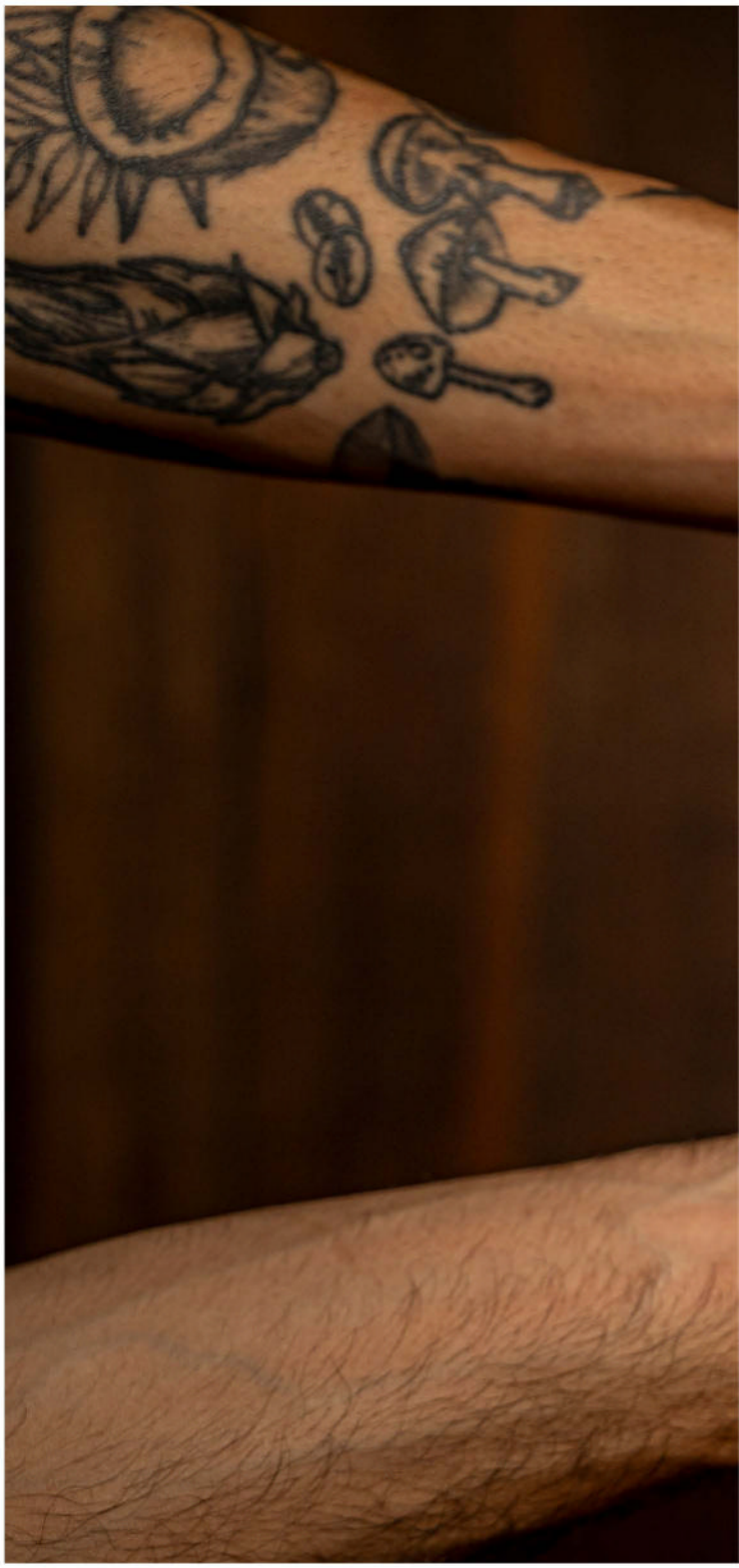
"Una oda a lo primitivo, al origen y a la esencia de la alimentación del ser humano en la tierra", así se define el propio equipo lo que es Rural, este singular "Estimar y Montaña" liderado por **Rafa Zafra** –con los emprendedores **Ricardo Acquista**, **Anna Gotanegra**, **Alberto Pacheco** y **Gema Castellvi** junto a él– en el respeto por la materia prima, la apuesta por una cocina noble y el saber hacer son los pilares que marcan la propuesta.

Tras navegar el mediterráneo gastronómico, el chef de origen sevillano (Alcalá de Guadaíra) recala ahora en Madrid para ofrecer una irresistible carta que plantea un recorrido por distintos tipos de carnes –vaca, buey, cerdo, cordero, caza, aves–, sin descuidar por ello verduras, legumbres y hortalizas, todo ello a través de recetas tan sencillas en su apariencia como sofisticadas y "disfrutonas". Crudos, curados, patés, marinados, salteados, fritos, a la brasa, asados, guisados, al vapor... Diferentes técnicas se ponen al servicio de los mejores productos para resaltarlos y mostrar así su mejor versión.

Además, en este nuevo proyecto Zafra no pierde la oportunidad de regalar algunos momentos de deleite *foodie* con guiños como el carpaccio de ceps que nos devuelve a elBulli, el pincho de cordero en homenaje a Alhucemas o el cochinillo al horno castellano al inconfundible estilo de los Sandoval.

El apartado líquido, a cargo del sumiller **Maikel Pinilla**, depara una carta con más de 350 referencias y una más que curiosa colección de añadas antiguas de grandes bodegas históricas españolas.

RURAL. C/ Marqués de Cubas, 8. Madrid.



La carta de Rural está plagada de sorpresas originales y deliciosas para el comensal.

FARAH Madrid

La popularidad de las cenas clandestinas que organizaba **Heba Kharouf** hacía prever que cualquier proyecto que pusiera en marcha, si respetaba las mismas líneas, sería un éxito. Y sin duda lo ha conseguido con Farah, este viaje por el Mediterráneo oriental a través de un festival de sabores, olores y colores. En árabe, "farah" significa alegría, y eso es lo que provoca la experiencia gastronómica que nos plantea este restaurante. **Carrera de San Francisco, 12**

UN BOCADO DE EXQUISITEZ MEDITERRÁNEA

Vinaròs, al norte de la Comunitat Valenciana, es un pueblo de mar, sol, encanto y una gastronomía con tesoro culinario incluido: el langostino de Vinaròs.

La Comunitat Valenciana ofrece una magnífica gastronomía y 12 kilómetros de costa, con calas protegidas por pequeños acantilados.

Este langostino posee una calidad excepcional. Su delicada textura, intenso sabor y calidad vienen dados por el entorno en que se encuentra, entre las aguas cristalinas del litoral Mediterráneo, en plena costa del Azahar y el Delta del Ebro. Además, su considerado tamaño le otorga una carnosidad superior al de muchos otros langostinos de la península. Por todo esto, no es de extrañar que se haya convertido en un alimento exquisito y que haya llegado a un buen número de cocinas de la alta gastronomía española.

Se puede encontrar en muchos restaurantes y mercados de toda España, pero dejarse llevar por las propuestas de los chefs de Vinaròs, incluido las del Mercado municipal, es un pequeño lujo imprescindible: a la plancha, a la piedra, cocido o con recetas más innovadoras, el langostino de Vinaròs está siempre delicioso. Tiene tanta importancia que celebra incluso su propia fiesta, la Fiesta del Langostino; toda una experiencia culinaria que encuentra su origen en los años 60 del pasado siglo. En ella se rinde homenaje al langostino de Vinaròs y su tradición pesquera, se reparten más de 300 kilogramos de estos crustáceos y se pueden degustar menús especiales en los restaurantes locales. Además, quienes la visiten también conocerán la historia de la pesca, participarán en talleres de cocina y asistirán a exhibiciones pesqueras.

Escanea el código QR y entérate de todo.

Pero, además de comer bien, el visitante podrá disfrutar de 12 kilómetros de costa, con calas protegidas por pequeños acantilados y playas ubicadas junto al centro urbano, vertebradas por el paseo de Ribera, perfecto para caminar e impregnarse de la brisa del Mediterráneo. Y no hay que perderse el centro histórico de Vinaròs, de gran belleza y en el que se respira tranquilidad. Cuenta con más de una decena de edificios de gran interés arquitectónico, entre los que destacan la iglesia-fortaleza de la Asunción, un bello ejemplo de gótico valenciano del siglo XVI, o las casas modernistas de Giner y de Sendra, con sus fachadas exuberantes y coloristas de principios del siglo XX.

Y es que hay muchas razones para visitar Vinaròs. Sólo hay que imaginarse saboreando sus langostinos y rodeado de la belleza del Mediterráneo.

COMUNITAT VALENCIANA
L'EXQUISIT mediterrani

www.comunitatvalenciana.com

CABANAS Lalín (Pontevedra)

Visitar Cabanas (dirigido por la sumiller **Carlota Iglesias**) supone viajar a la esencia de la cultura gastronómica de Galicia para recuperar esos platos con los que todos hemos crecido. Su carta busca un equilibrio entre la innovación y la tradición como señal de identidad, ofreciendo una cocina tradicional con productos de máxima calidad sin complejos, y aportando toques de modernidad en la cocina clásica gallega. **C/ Pintor Laxeiro, 3**

SLOW & LOW Barcelona

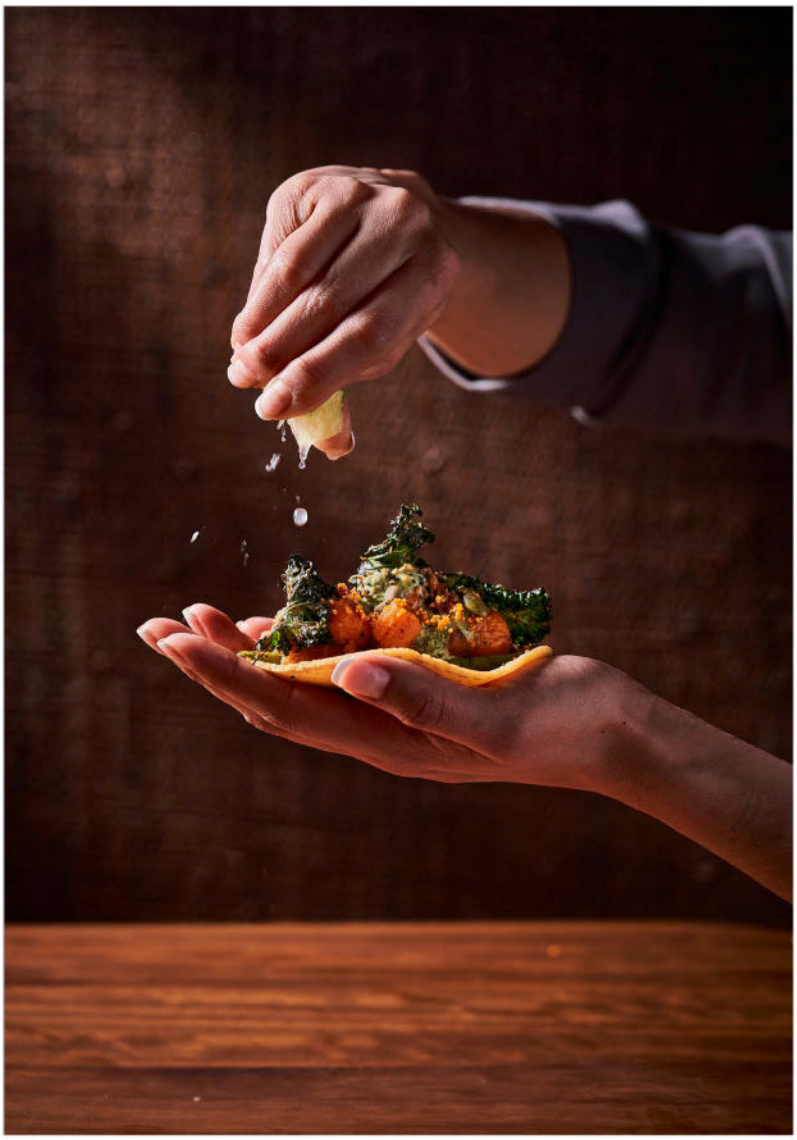
Técnica, creatividad y delicadeza a partes iguales encontramos en este restaurante, próximo al Mercat de Sant Antoni, a cargo de **Francesc Beltri** y **Nicolás de la Vega**. Cuentan que es la cocina favorita en Barcelona de los chefs que terminan su turno. Una propuesta tan irreverente como ambiciosa. **C/ del Comte Borrell, 119**

PERSIMMON'S Madrid

Nace como una coctelería de autor y restaurante que repasa lo mejor de la gastronomía de Georgia. Su original propuesta líquida –asesorada por **Julio de la Torre**–, elaborada con el destilado georgiano Chacha como base, se acompaña y marida a la perfección con una carta de comida perfecta para compartir. **C/ Bárbara de Braganza, 2**

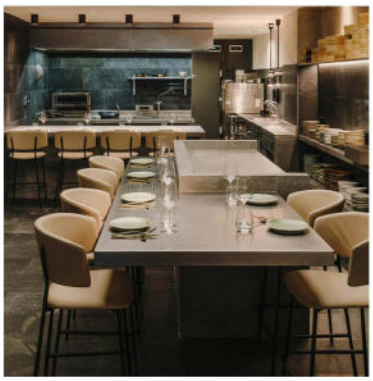
TACOVACA Madrid

El barrio madrileño de Aravaca es protagonista de una efervescencia gastronómica notable. Uno de los proyectos más interesantes que podemos encontrar en el corazón del antiguo pueblo es esta divertida taquería con una cocina mestiza que combina ingredientes de las dos orillas del Atlántico. **Ana Lombao**, **Javier Carredano** y **Alvaro Mendizábal** han sabido desarrollar un concepto tan atractivo para relamerse con unos cócteles o un agradable aperitivo como para disfrutar de una larga y sabrosa velada entre amigos, en un ambiente agrable y con una carta llena de sabores y combinaciones explosivas. **Plaza de San Anacleto, 1**



BARRACUDA MX Madrid

La esencia culinaria de México late en sus calles, y ese legado es el que ha servido al chef **Roberto Ruiz** para darle una vuelta a la ya de por sí irresistible carta de Barracuda MX, llenándola de esa sabrosa y divertida comida callejera. Tacos, tortas, tamales o gorditas, entre otros platillos, protagonizan una propuesta con bocados tan sugerentes como el ceviche de pargo al pastor con piña y jalapeño, las enchiladas de pollo de corral, la crema de rancho, el queso fresco y salsa de chile morita o los tacos de arrachera de wagyu, con salsa de aguacate y chile serrano. Sí, lo confirmamos: resulta difícil elegir. **C/ Valenzuela, 7**



MANTIS Barcelona

Toni Solans y **David Romero** acaban de abrir las puertas de este interesante local que ya se ha convertido en uno de los proyectos gastronómicos de la Ciudad Condal de los que más se habla. Su carta está protagonizada por el pescado y el marisco, con un marcado (y delicioso) sello asiático en las elaboraciones. **C/ de París, 145**

ISA FOUR SEASONS Madrid

El restaurante y coctelería fusión asiático-mediterráneo más canalla de Four Seasons Hotel Madrid empezó la nueva temporada con la recomendación de la Guía Michelin. La nueva carta, a cargo de chef **Nacho Vara**, ha dado un giro para ofrecer una experiencia gastronómica más completa y mucho más variada. **C/ Sevilla, 3**

ABABOL Albacete

Abanderado de la nueva cocina manchega, el chef **Juan Monteagudo** defiende un sistema sostenible a través de la cocina que lleva a cabo en este restaurante, que se ha hecho merecedor de una estrella Michelin y que refleja el respeto al legado culinario, a los ciclos naturales y a la riqueza de la despensa regional. Su propuesta aúna pasado, presente y futuro, con una bodega la bodega, liderada por la sumiller **Laura Caparrós**. **C/ Calderón de la Barca, 14**

DOP_Ribera del Duero Tarsus Finca El Canto

RECUERDOS PERDURABLES

Tarsus Finca El Canto supone todo un regalo para paladares exigentes, un vino complejo y elegante.

Con una producción en viñas centenarias y una dedicación artesanal, Finca El Canto de Bodegas Tarsus –explotación vitivinícola en la Ribera del Duero propiedad del gigante de las bebidas **Pernod Ricard**– es un tempranillo exquisito capaz de satisfacer los paladares más exigentes. Desde su enérgico y vibrante color rojo picota, hasta sus aromas frescos, profundos y penetrantes a frambuesa, fruta negra (mora y casis), flores azules, incienso y sutiles cacaos, cada sorbo de Tarsus Finca El Canto despierta los sentidos y evoca un sinfín de recuerdos perdurables.

Con su crianza de 19 meses en barrica de roble francés, la enóloga de la casa, **Teresa Rodríguez**, consigue que este vino mantenga intacta la esencia de la uva, lo que permite que los aromas se transforman en la copa, emergiendo también torrefactos, especias, lavanda regaliz y anís estrellado. Por otro lado, en boca, resulta un vino sabroso, con un dulce ataque, carácter, volumen galante, evoca su ascendencia, viña y suelo.

Este vino encuentra su compañía perfecta en guisos de carne, aves de caza y corral, así como en postres elaborados con mermelada de frutas negras del bosque y chocolate.

El botijo cubitera de Ivanros está disponible en la tienda de su web por 40 €.

EL BOTIJO FLAMENCO

En la localidad de La Rambla (Córdoba) se celebra cada verano el Botijo Flamenco, uno de los festivales flamencos más longevos de España. También en esta localidad de tradición tan flamenca como alfarera, está el autor de este botijo cubitera pintado a mano. Se trata de la firma **Ivanros**, desde donde se hacen piezas cerámicas que cada día ocupan más mesas de particulares, restaurantes y marcas nacionales e internacionales.

Más información en su web ceramicasivanros.com/es/ y en su perfil de Instagram @ivanrosceramica

ESPERA LO INESPERADO

Ganar implica arriesgar y por eso, tanto el equipo de Trèsde como el de Honda Automóviles, asumen retos para hacer realidad lo que se creía imposible.

Aitor Sua y Lucas Fernández, de Trèsde, posan junto al ZR-V, el nuevo SUV deportivo de Honda.

El Honda ZR-V es el mejor compañero para una vida tan activa y apasionante como la de los responsables del restaurante Trèsde.

Tener la capacidad de sorprender es un regalo que puede abrirnos infinitas puertas. Significa mostrarse ante lo desconocido, desde lo más rutinario a lo más extraordinario. Para ello, el viaje se presenta como una de las formas más amplias de descubrimiento, ya que nos cambia, nos transforma. Una metamorfosis que puede darse recorriendo kilómetros, la más conocida, pero que también puede tomar como aliados a los sentidos y, a través de la imaginación, transportarnos hasta muchos lugares. Esta idea –la del viaje, el atrevimiento y la experiencia– es la que persiguen nuestros protagonistas: el restaurante Trèsde, galardonado con la T de Oro 2023 en la Comunidad de Madrid por la Guía Tapas, y la emblemática automovilística Honda, con su nuevo SUV deportivo, el Honda ZR-V. Porque ambos se han creado para que, quien los descubra, conecte con una sensación gratamente inesperada que, en el caso de la conducción, se acompaña de libertad, seguridad y una experiencia única

La potencia al servicio de la experiencia

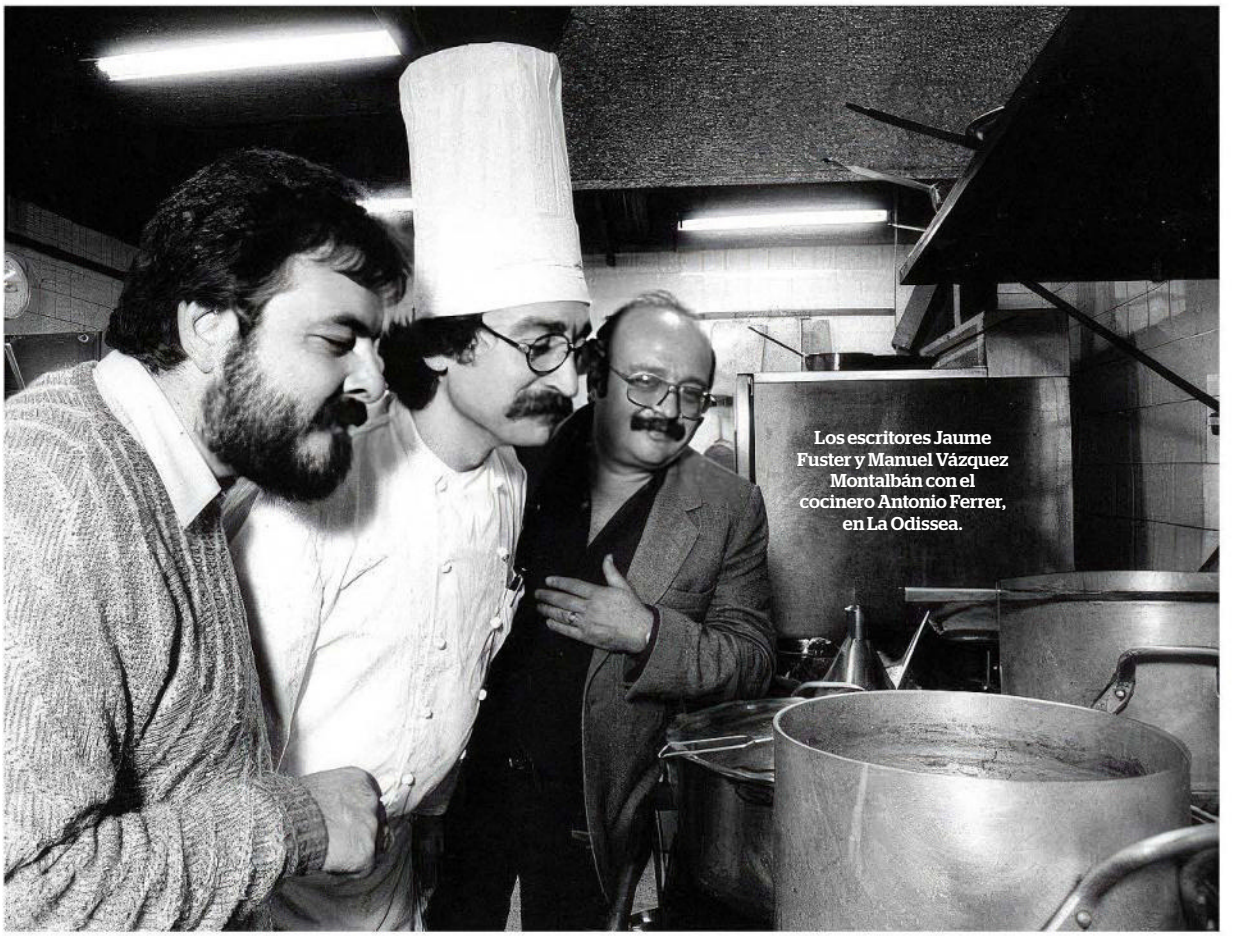
La deportividad y motorización son dos de los aspectos que destacan en este Full Hybrid, que cuenta con una tecnología diferente al resto de marcas. Y es que al combinar dos motores eléctricos y uno de gasolina, puede intercalar de manera automática entre distintos modos de conducción para ser lo más eficiente posible, algo que logra que uno se olvide de que es un híbrido al conducirlo. Una sensación de empuje y potencia que ha cautivado a Aitor Sua, chef de Trèsde, y una energía que conecta con la de este joven equipo de tres que abrió hace tres años su bistró en plena Latina con la motivación de hacer algo diferente para hacer realidad lo que se creía imposible. Lo que buscaban era ser autosuficientes, tomar sus propias decisiones y ver a dónde les llevaba la intuición y las ganas.

Y es que las ideas innovadoras son las que mueven el mundo, y el ingenio lo que las convierte en realidad. De ahí que surjan continuamente nuevas formas de expresión, tanto a la hora de querer tocar el alma del comensal con una combinación de sabores, como sorprendiendo al conductor mostrándole nuevas maneras de usar y disfrutar de los vehículos Honda; para lo que el sistema de seguridad Honda SENSING o la tecnología de última generación tienen mucho que decir. Además, Aitor destaca de este SUV la estética, el completo equipamiento, la comodidad (también por la conectividad), la calidad del sonido o la conducción intuitiva que ayuda a mantenerse centrado.

Belleza y confort

Ambos se sirven de un estilo propio y decidido; un diseño actual, desenfadado, simple y moderno que permite una conducción refinada, pero que no está reñido con lo deportivo. Un contraste que se siente en la sala de Trèsde, donde impera la limpieza y la sensación de calma a través de la armonía en los colores, pero que se "rompe" con algunos elementos en color flúor. De esta forma se crea un viaje sensorial que uno nunca quiere que termine.

Porque, gracias al confort, al cuidado y a la atención que hay sobre cada detalle, se descubre la sensación indescriptible de estar en 'casa'. De esta forma, desde el momento en el que se toma asiento, uno es consciente del completo y alto equipamiento, del cariño volcado y del conocimiento plasmado en cada elemento. Y es que no se puede olvidar que Honda viene avalado por una larga trayectoria y experiencia en la fabricación de automóviles y motores híbridos. Un aspecto que asegura la calidad y aporta la fiabilidad de conducir un Honda para combinar lo excepcional. Feliz viaje.



Los escritores Jaume Fuster y Manuel Vázquez Montalbán con el cocinero Antonio Ferrer, en La Odissea.

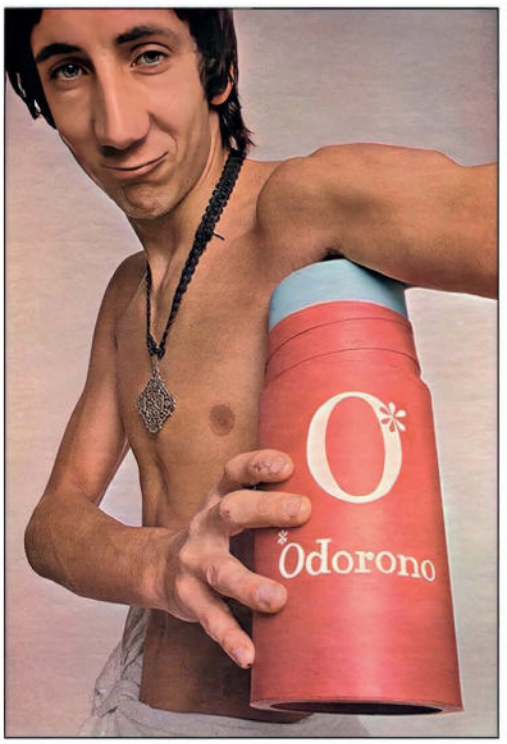
LA VIDA (GASTRO) SEGÚN VÁZQUEZ MONTALBÁN

"El gourmet jamás olvida el nombre del muerto. Es más, mientras se lo come hace expresa mención de él, sea jabalí o alcachofa, y recuerda otros asesinatos y devoraciones anteriores, porque el placer de comer suele ir acompañado del de la memoria de pasados festines". Así arranca el que probablemente sea el libro más gastronómico de Manuel Vázquez Montalbán, *Contra los gourmets*, publicado originalmente en 1990 y reeditado a finales de 2023 por Altamarea.

En estas páginas exquisitas, cocinadas con la habitual genialidad del padre de Pepe Carvalho, el autor no deja de salpimentar con su pasión por la comida toda una serie de reflexiones sobre esa España de finales del siglo XX en la que vivía inmerso. Desde ella traza una historia de la gastronomía a golpe de revolución social, desde la prehistoria hasta la imposición las cadenas de comida rápida. Con la memoria fresca del cambio político –que Folch&Folch acaba de recuperar en el volumen de artículos *Crónica sentimental de la Transición*–, el autor se atreve incluso a conjeturar que en "una cultura democrática participativa" se acabaría reivindicando "el paladar tradicional", e incluso vaticina "la amenaza de una crisis alimentaria condicionada por el crecimiento demográfico, más allá del año 2000", como preludio a "una cocina de la necesidad".

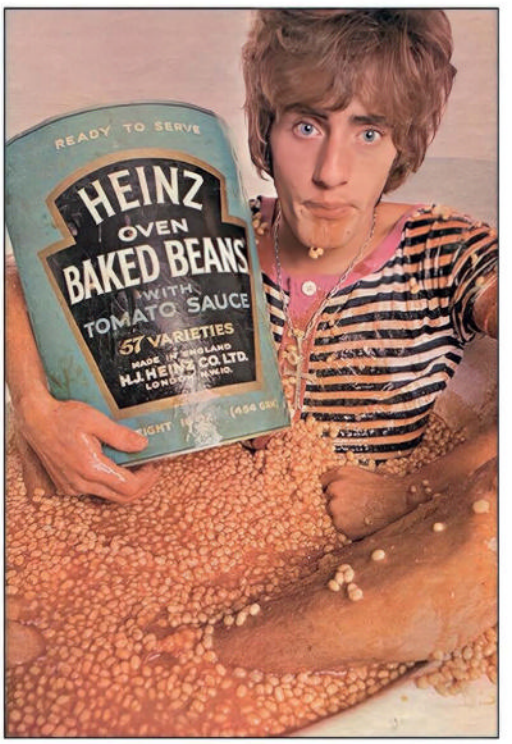
Desde sus particulares claves para catar bien un vino a los secretos del mejor pan, Montalbán nos abre las puertas de su mundo gastro en el que, por supuesto, no faltan las interpretaciones políticas. Una lectura imprescindible para cualquier amante de las letras gastronómicas bien cocinadas, como solo sabía hacerlo el maestro de El Raval.

"Contra los gourmets", de Manuel Vázquez Montalbán. Altamarea, 2023.



THE WHO SELL OUT

Replacing the stale smell of excess with
the sweet smell of success,
Peter Townshend, who, like nine out of ten stars,
needs it. Face the music with Odorono,
the all-day deodorant that
turns persperation into inspiration.



THE WHO SELL OUT

This way to a cowboy's breakfast.
Daltrey rides again. Thinks: "Thanks to Heinz
Baked Beans every day is a super day".
Those who know how many beans make five
get Heinz beans inside and outside at
every opportunity. Get saucy.

EL RITMO DE LA PUBLICIDAD

"The Who Sell Out" fue el tercer disco de estudio de **The Who**, lanzado en 1967 con un planteamiento conceptual a partir de canciones no relacionadas, intercaladas con publicidades falsas y anuncios de servicio público. El álbum, en realidad, juega con la fantasía de ser una transmisión de la emisora de radio pirata Radio London. La referencia a "venderse" fue una ironía intencionada, ya que The Who había estado haciendo anuncios reales durante ese período de su carrera, algunos de los cuales se incluyen como bonus tracks en la edición remasterizada en cedé.

EL MEJOR EQUIPO

El Grupo Esencia lleva años confiando en Square para automatizar el sistema de pedidos y cobros en sus seis restaurantes. Y desde entonces lo que impera es la seguridad y la rapidez.

Guillem y Àlex Mitats, directores generales de Somos Esencia, uno de los grupos de Barcelona con los que trabaja Square.

Ahorrar tiempo al tomar nota y realizar el cobro desde el mismo aparato, reducir colas y tiempo de espera para el cliente, manejar las comandas, hacer cambios en el menú directamente desde la cuenta, tener a cocina y sala completamente conectadas o elaborar analíticas para comparar ventas entre diferentes periodos. Poder hacer todo esto a diario es el sueño de cualquiera que regente un negocio de hostelería, ya que simplifica, organiza y facilita todo tipo de gestiones, incluso su instalación. Pero ¿quién hace el sueño realidad? Square, el sistema integral de herramientas de software y hardware diseñado para ayudar en la gestión y crecimiento de negocios de todos los tamaños y formas. Algo que bien saben en Somos Esencia, uno de los grupos de restauración más potentes con los que trabaja Square, que cuenta con seis conceptos y localizaciones diferentes en Barcelona, en los que se puede sentir una misma esencia, aunque la experiencia sea completamente diferente.

Alex y Guillem Mitats, los directores generales del grupo, creen que lo que une a los proyectos de Somos Esencia son la cocina mediterránea, el aire fresco y local, los toques de autor y las localizaciones emblemáticas de la ciudad de Barcelona. Y es que este grupo de restauración no es sin los valores que les define y que se relacionan con la hospitalidad por encima de todo y con el trabajo en equipo. Una motivación que les llevó hasta Square en el momento oportuno, cuando necesitaban cambiar y actualizar los sistemas de pagos de los restaurantes y poner el mismo en todos. Consideran que, a la hora de automatizar el sistema de pedidos y cobros, esta fue la solución más segura y rápida gracias a la facilidad de implementación de los dispositivos.

Pero esta alianza ha traído mucho más, y nadie mejor que los directores de operaciones del restaurante Brisa, Tierra y Agua para contarlo.

UN DISPOSITIVO, INFINITAS SOLUCIONES

¿Cómo funciona el proceso de comandas dentro del restaurante y cómo Square os ayuda a gestionarlas?
Alejandro Cabero: El proceso de comandas dentro del restaurante empieza con el camarero anotando en el Square Terminal la petición del cliente. La información pasa instantáneamente al KDS y al resto de impresoras. Esto nos proporciona mucha agilidad a la hora de comunicarnos desde sala con cocina y barra, dando una mejor eficiencia en la operativa del local y reduciendo los tiempos de espera. Una vez finalizado el servicio, el pago ser realiza de una manera muy rápida debido a que el Square Terminal también funciona como datáfono, evitando que el camarero se tenga que desplazar continuamente a buscar otro dispositivo para poder realizar el cobro del cliente.

¿Qué tipo de necesidades resuelve Square en el día a día?
A: Nos permite monitorear y administrar cada restaurante desde una sola cuenta (ventas, informes, transacciones y ventas de cada personal). También nos da la oportunidad de tener información en tiempo real de manera remota.

¿Cómo os ayuda Square a la hora de agilizar el servicio en la barra de bebidas?
Ignacio Matas: Gracias a las diferentes configuraciones que nos permite aplicar Square en un mismo terminal, hemos creado una configuración especializada para las ventas en barra. Esta configuración optimizada, agiliza procesos específicos que no son necesarios en otros tipos de ventas, lo que nos permite maximizar la eficiencia operativa y brindar un servicio más rápido y fluido minimizando los tiempos de espera.

¿Cuál es la funcionalidad de Square que más te gusta?
I: Su capacidad para gestionar comandas y pedidos de manera eficiente. La integración perfecta entre el Terminal Square, el KDS y otras herramientas nos permite coordinar sin problemas las operaciones en la cocina y en el área de servicio, lo que mejora la experiencia tanto para nuestro personal como para nuestros clientes.

¿Es fácil de instalar y configurar Square?
I: Es muy fácil de instalar, configurar y empezar a usar, lo que hace que la transición sea suave y sin problemas para nuestro personal. El proceso de configuración inicial es simple e intuitivo lo que facilita a los empleados aprender a utilizarla rápidamente. También resulta muy fácil y rápido el cambio de precios y platos en la oferta gastronómica. En general, tanto la instalación y configuración como la usabilidad para los empleados son puntos fuertes de Square.

¿Te ayuda a agilizar los pedidos y a evitar que se formen colas?
I: Square nos ayuda a agilizar las colas al simplificar el proceso de pago y reducir los tiempos de espera para nuestros clientes. Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también nos permite atender a más clientes en menos tiempo, lo que potencialmente aumenta nuestras ventas.

¿Recomendarías Square a otros negocios?
I: Definitivamente. Hemos experimentado una mejora significativa en la eficiencia operativa y en la experiencia del cliente desde que implementamos Square en nuestros restaurantes. Su intuitiva interfaz, su amplia gama de funciones y su servicio al cliente han hecho que sea una elección muy acertada para nuestro negocio. Sin duda, creemos que otros restaurantes también se beneficiarían enormemente al utilizar Square como plataforma de punto de venta.

Para saber más sobre SQUARE, entra en *square.com/go/tapas* y con el código SQUARE-TAPAS consigue un descuento.

Estos vinos tienen apellidos, los de sus creadores, bodegueros y enólogos que han volcado en ellos su pasión por el terruño y el buen hacer heredado.

CON PERSONALIDAD

Alma

Bodega Contador

2021

Este es un vino con corazón familiar, y no es ninguna metáfora. Alma es un vino que el enólogo y bodeguero **Benjamín Romeo** dedica a su hija (de quien también toma el nombre), concebido a partir de una petición de su hijo, Andrés, quien le pidió al bodeguero que elaborara una referencia inspirada en los vinos de Sauternes y dedicárselo a su hermana... Y aquí está, por segundo año consecutivo, este singular vino, que se comercializa en exclusiva en La Place de Bordeaux, con la madera presente, fina, que ayuda a presumir una buena evolución, con buen futuro.

120 euros

UKAN

Ukan Winery

2020

Con la llegada de UKAN 2020, el enólogo y viticultor **Koldo Eguren** da vida a su propuesta más personal del vino de Rioja Alavesa. La añada 2020 de Ukan, el icono de la bodega, se consolida en el mercado como resultado de la elaboración artesanal de una detallada y mimada selección de tres viñas viejas de uva tempranillo de suelo limo-arcilloso y base calcárea. Un vino elegante y estructurado, que se muestra armonioso, complejo, lleno de matices y con un gran potencial para aquellos que tengan la paciencia para darle el tiempo para evolucionar.

40,50 euros

El Foehn

Mayor de Migueloa

2020

Bodegas Mayor de Migueloa, es la unión de dos largas historias en torno al mundo del vino: el antiguo Palacio de Viana, del año 1619, y la familia Gutiérrez, bodegueros desde 1690 ininterrumpidamente. **Jaime Gutiérrez** es el representante actual de esa estirpe de vitultores que ha conseguido con El Foehn ofrecer un tributo a esa rica tradición y al carácter único del terruño familiar. Cada paso en la creación de este vino está impregnado de ese respeto por las raíces, y de ello nace un vino potente y complejo, frutal y sedoso, muy redondo en boca y que deja un gusto muy agradable en el paladar.

72 euros

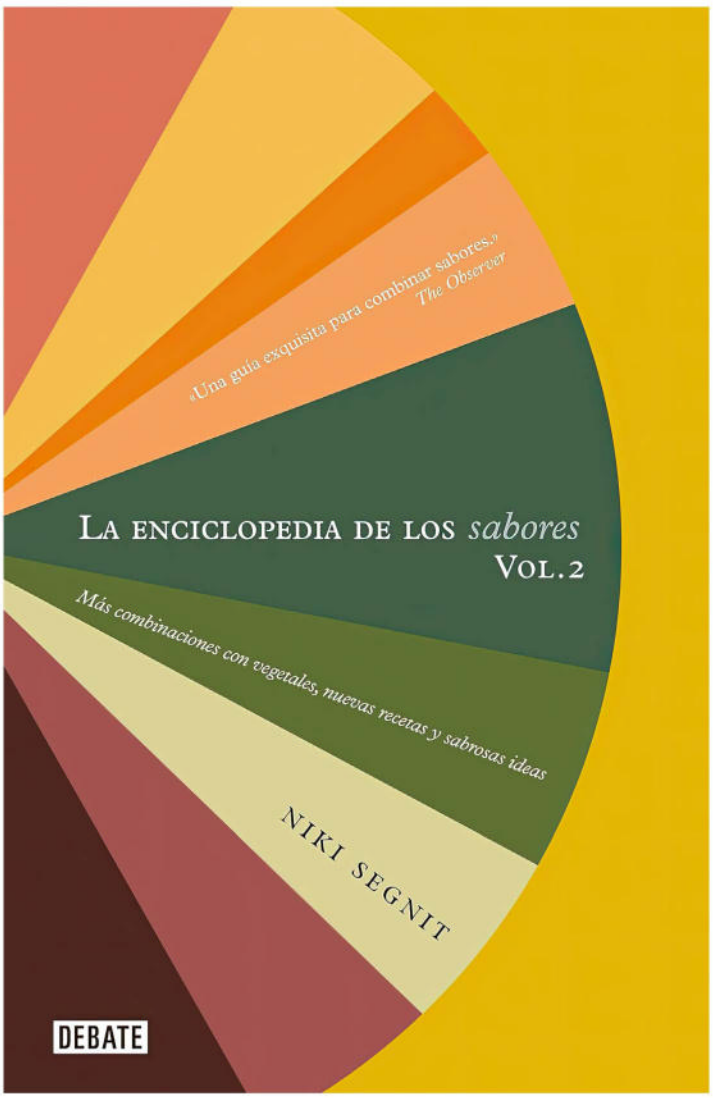
Valtravieso

Mayor de Migueloa

2020

La bodega Valtravieso, que dirige **Pablo González Beteré** como cabeza de esta familia, presenta la primera añada de su Vino de Finca, un testimonio de la singularidad que la sobriedad del páramo imprime a sus vinos. A más de 900 metros de altitud, el viñedo de la bodega se encuentra en un entorno adverso del que surgen vinos insólitos, muy diferentes al resto de Ribera del Duero, concebidos por **Ricardo Velasco**, enólogo y director técnico de la bodega. Un vino de estilo vanguardista, con una textura en boca brillante, buen nivel de acidez y una agradable frescura.

52 euros



El segundo volumen de esta gastro enciclopedia sigue el estilo de la portada original.

EL PANTONE GASTRONÓMICO

Hace una década salió a la venta un libro que no dejó indiferente a ningún aficionado gastronómico. Aquella "Enciclopedia de los sabores" de **Niki Segnit** era, como ya avanzaba su portada, como el Pantone de la gastronomía. Doce años después llega un segundo volumen con el mismo espíritu y planteamiento, un compendio único de más de 800 combinaciones de sabores, en este caso a partir de verduras, que seducirán por igual a veganos, vegetarianos y omnívoros. Esta nueva entrega enciclopédica enseña a los amantes de la comida y la bebida a apreciar más y mejor los 92 ingredientes que cubre, y las múltiples maneras (clásicas y contemporáneas) de emparejarlos.

"Enciclopedia de los sabores, vol. 2", de Niki Segnit. Debate, 2023.

ARRANCA LA PASIÓN

Vanguardia y savoir-faire tradicional son conceptos que definen al DS 4, la encarnación de la tecnología aumentada que firma DS Automobiles.

Los dos restaurantes dirigidos por Jesús Sánchez están incorporados en las experiencias ofrecidas en el club de fidelización de clientes DS, Only You Privilege.

Buscar la calidad, abrirse a nuevas emociones, explorar la vida a diferentes niveles o encontrar las respuestas en la actividad. Estas máximas, que seguro que a más de uno les suenan de mucho, son las que inspiran a DS Automobiles y, en concreto, lo han hecho durante la creación de su DS 4, el coche más avanzado tecnológicamente de la marca automovilística francesa –también disponible como DS 4 E-TENSE o híbrido enchufable–.

Su destilo lo define, único, refinado y atractivo –ganó el premio al coche más bonito del año en la 37ª edición del Festival Internacional del Automóvil–. Y sus proporciones lo elevan, impresionantes, de líneas audaces, y con el ancho y compacto de las ruedas más grandes del segmento. Por fuera se reconoce su calandra única; también la firma lumínica delantera y trasera que se ve en la distancia, los tiradores integrados en la carrocería para un efecto 'wow' garantizado o el diseño reflectante. Dentro, hay mucho más, como el ensamblaje fluido del salpicadero, la pantalla táctil central de 10" intuitiva y fácil de usar, el sistema de ventilación invisible, la ergonomía, el panel de instrumentos deliberadamente minimalista y una atención especial de cada detalle.

DS Atomobiles y Jesús Sánchez, conjunción de puntos de vista

DS Automobiles hace un viaje hasta las raíces de la pasión de la mano del chef Jesús Sánchez del Cenador de Amós (Villaverde de Pontones, Cantabria) y Amós Restaurante (Madrid), con 3 soles Repsol, 3 estrellas Michelin y Estrella Verde en la Guía Michelin. Y es que ambos, DS Automobiles y Jesús Sánchez, saben que la vanguardia no está reñida con el respeto al *savoir-faire* tradicional y al producto. Por esta filosofía de vida y de trabajo, Sánchez se convierte en el perfecto embajador de la "Maison" del lujo francés en el mundo del automóvil, DS. Un sentimiento que les une y que les lleva hasta la esencia del mismo en una travesía emocional protagonizada por la inspiración, el amor por los detalles y la excelencia, el arte y la artesanía.

En este recorrido a bordo de un DS, Jesús se encuentra con el Cantábrico, su maestro, el que más le inspira y que luego está presente en sus elaboraciones, que intercalan sabores de la huerta navarra, matices de las cocinas vasca y francesa y la cultura tradicional cántabra. Todo en el Cenador de Amós tiene su significado y una razón de ser. Así, Sánchez innova en técnicas, reinventa recetas, reinterpreta sabores y escoge con esmero cada ingrediente para que lo que sienta el comensal sea su pasión por la calidad.

Además, al igual que DS Automobiles con su gama de vehículos electrificados E-TENSE, Jesús Sánchez es pionero en la incorporación de conceptos como la sostenibilidad, la huella de carbono, la reducción de emisiones o la economía circular a su campo de actividad.

El DS 4 destaca por sus excepcionales proporciones y presencia. Después, durante la experiencia de conducción se descubre, además de la comodidad y la amplitud, el excepcional dinamismo gracias a sus ruedas particularmente trabajadas.

MANÉ CALVO
INNOVACIÓN NATUAL

El nombre de Calvo está ligado al sabor de las conservas de "toda la vida". Ahora el grupo ha pasado a llamarse Nauterra, y su CEO, Mané Calvo, tiene muy claro el compromiso de la compañía con la calidad y la innovación.

El Grupo Clavo ahora ha pasado a ser Nauterra. ¿Cuáles son las nuevas señas de identidad?
El motivo fundamental por el que se ha realizado el cambio de nombre es porque en cada uno de los mercados teníamos una marca distinta – Calvo, en España; Gomes da Costa, en América Latina; Nostromo, en Italia…– y necesitábamos un paraguas que las aglutinara a todas ellas. Nauterra aúna nuestra pasión por el mar y por la tierra, pero también nuestro compromiso con desarrollar productos saludables.
¿Tiene las mismas propiedades un pescado en lata que el fresco?
Exactamente las mismas. Y es que, aunque a nuestros productos se les conozca como conservas, no contienen conservantes. El método que utilizamos es el de termosellado. Este tratamiento de calor mata todas las bacterias y hace que el alimento conserve todas sus propiedades. Su fácil almacenaje, su fácil consumo y su larga durabilidad, de hasta cinco años, hace que sea perfecto para que llegue incluso a países que no tienen fácil acceso a la proteína de pescado.
¿Cuáles son los productos estrella de Nauterra?
En España nuestro producto sigue siendo el atún en aceite Calvo, tanto de oliva como vegetal. Pero también tenemos conservas de sardinas, calamares y mejillones. La salsa de estos últimos es uno de nuestros secretos mejor guardados, ya que se ha convertido en una de nuestras señas de identidad.
¿Cuál es la relevancia de la etiqueta D.O.P.?
En la única que estamos presentes es en la D.O.P. de los mejillones de Galicia. Al final contar con una D.O. no solo garantiza el origen de ese producto, sino su tradición conservera y su forma de tratar el producto. Todo eso otorga al producto unas características concretas que lo diferencian del resto de marcas.
¿Qué peso tiene la innovación y la sostenibilidad en una compañía como Nauterra?
La innovación ha sido siempre nuestra guía. Prueba de ello es nuestra última apuesta: el vuelca fácil. Darle la vuelta a la lata y que caiga el lomo de atún entero ofrece un mayor aprovechamiento del producto. También hemos reducido el aceite que añadimos a la conserva, porque queremos mantener todo el sabor del atún. Y así, también evitamos que el exceso de aceite acabe en el desagüe, cuidando del medioambiente.
¿Han cambiado las prioridades de los consumidores?
Los consumidores piden, cada vez más, productos más saludables, pero también un mayor compromiso con el cuidado del medioambiente por parte del grupo. Unos valores que siempre hemos compartido desde Calvo, pero a los que ahora, como Nauterra, prestamos especial atención para tener el menor impacto.
¿Cuál es el sabor de Nauterra?
La naturalidad y la frescura. Aunque sea en conserva, no deja de ser un producto de calidad, que mantiene todo su sabor.

TEXTO: MARÍA LORENTE FOTO: JAIME PARTEARROYO

El boxeador rinde homenaje al fundador y diseñador original de la firma.

UN PLATO DURO DE PELAR

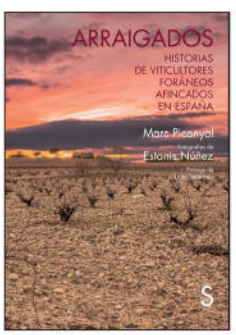
La marca londinense **Melody Rose** se enfunda los guantes con la colección 'The Fighting Spirit', platos de porcelana fina hechos a mano en su característicoo color Raspberry Pink, y que presenta al fundador y diseñador original de la marca como un joven campeón de boxeo. Según explica la firma, el diseño "está inspirado en la fuerza del espíritu humano", y es perfecto solo o combinado con otros diseños de la marca para ofrecer una versión contemporánea de la porcelana tradicional. Cada plato está acabado con adornos de oro bruñido de 22 quilates pintados a mano.

Vajilla 'The Fighting Spirit', de Melody Rose. Disponible en *melodyrose.co.uk*. 112€ cada plato.

SOPA DE LETRAS

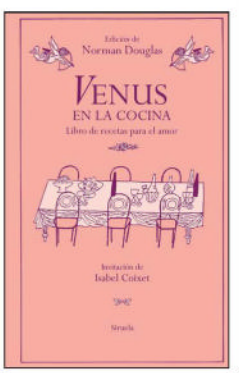
ARRAIGADOS
Marc Picanyol
Sílex

El subtítulo “Historias de viticultores foráneos afincados en España” resume con bastante precisión lo que vamos a poder encontrar en estas páginas –on prólogo de **Luis Gutiérrez**– en las que se dan cita cuatro productores de todo el mundo, desde franceses o alemanes a un sudafricano y dos argentinos. Puede que suene a chiste, pero lo que hay es mucho amor por el vino y por la viticultura, ese amor que les llevó un día a poner rumbo a España para hacer realidad aquí su sueño de crear unos vinos únicos, esos por los que hoy son reconocidos.



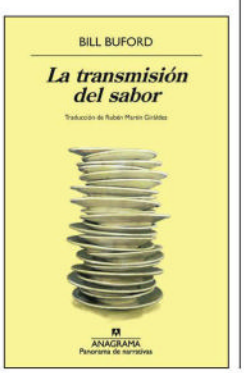
VENUS EN LA COCINA
Norman Douglas
Siruela

Norman Douglas es uno de esos autores que escapan a cualquier etiqueta y que pueden definirse, sencillamente, como deliciosos. Esta obra se publicó de manera póstuma, pocos meses depsués de su muerte, en 1952, bajo el seudónimo de Pilaff Bey, aunque su estilo resulta inconfundible incluso desgranando recetas. Esta colección de “afrodisiacas recetas literarias” está concebida para deleite de amantes que quieran avivar su romance con estimulantes propuestas gastronómicas (algo decadentes).



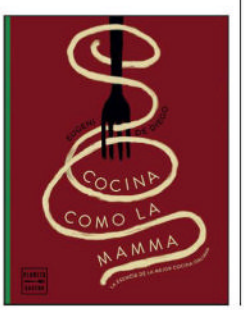
LA TRANSMISIÓN DEL SABOR
Bill Buford
Anagrama

Desde que convirtió la revista universitaria “Granta” en la más apreciada del mundo literario anglonorteamericano, Bill Buford ha sido una firma a la que seguir de cerca. Sus obras en general son lecciones de escritura y buen periodismo, y las de temática gastronómica en particular, son festines literarios tan apetecibles como los pases de un estrella Michelin. En este caso se trata de un recorrido apasionante y muy divertido a través de varios reportajes por los secretos mejor guardados de la cocina francesa.



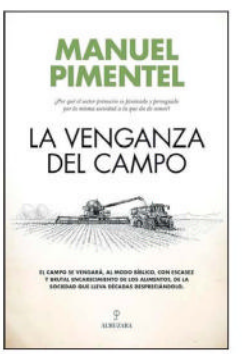
COCINA COMO LA MAMMA
Eugeni De Diego
Planeta Gastro

Una introducción de lo más seductora a la mejor cocina italiana de la mano del que fuera jefe de cocina de elBulli durante siete años. El objetivo del libro es mostrar las tendencias y las tradiciones de la gastronomía italiana más auténtica y cómo cocinarlas en casa. A través de su lectura descubrimos cuáles son los auténticos productos de la cocina italiana de la mejor manera, comenzando por los ingredientes básicos que se utilizan, sus orígenes y los usos, además de todas las técnicas para llevar a cabo las elaboraciones de manera correcta y auténtica.



LA VENGANZA DEL CAMPO
Manuel Pimentel
Almuzara

Los precios de los alimentos suben con fuerza y las olvidadas crisis alimentarias amenazan con reaparecer. Con su habitual criterio y claridad expositiva, el empresario y escritor Manuel Pimentel trata de ofrecer en este breve ensayo los porqués y los cómos de esta situación paradójica y contradictoria, al tiempo que llama la atención sobre cómo castigamos a las gentes del campo mientras les exigimos alimentos. “No trabajan solo por el pan de sus hijos; lo hacen, sobre todo, por el pan de los hijos de los demás”.



Fleur Geffrier y Tomohisa Yamashita dan vida a la pareja protagonista de esta miniserie.

"SUCCESSION" PARA 'WINELOVERS'

Por **Ángel Montes**

Allá por 2005, cuando el concepto *winelover* aún no se había acuñado y las botellas de vino se apuraban sin necesidad de fotografiar antes sus etiquetas, Tadashi Agi (seudónimo de los hermanos Yuko y Shin Kibayashi) y Shu Okimoto publicaron el manga *Drops of God*, que se convirtió en un verdadero fenómeno en Japón y en Francia, y alcanza ya los 44 volúmenes. Nunca se tradujo al español, pero poco a poco el título se fue volviendo una lectura imprescindible entre los aficionados, más allá de las aptitudes lingüísticas.

Ahora, esta apasionante historia, que combina el amor por el vino con las luchas y aventuras habituales del género manga ha llegado al gran público de la mano de Apple TV, con una serie homónima que está generando verdadero furor en muchos países.

Si ya *The Bear* ha demostrado el interés de los espectadores por vivir el día a día –algo tenso– en la cocina de un restaurante, *Las gotas de Dios* pone de relevancia ahora la fascinación que despierta el universo de los sumilleres y los muchos secretos de la enología. La adaptación se toma varias licencias respecto al manga original, aunque estas favorecen la ficción televisiva (como ese "pequeño" inconveniente de la protagonista que convierte en todo un desafío cada cata que afronta).

La historia tiene como detonante una peculiar competición para determinar quién debe ser el heredero de un destacado crítico cuyo millonario legado consiste en la mayor colección de vinos del mundo. A su hija, con la que llevaba años sin hablarse, se enfrenta el alumno aventajado del difunto. Todo sea por el vino.

MIREIA TORRES
VINO EN LAS VENAS

Mireia Torres (Barcelona, 1969) hija del reconocido Miguel Agustín Torres, lidera la quinta generación de una bodega de viticultores que nació en 1870.

¿Cómo ha sido su vida hasta que se incorporó a la bodega familiar?
Crecí en Mas La Plana, entre viñedos, y recuerdo que de pequeña siempre quería estar en contacto con la naturaleza. Estudié Ingeniería Química en el Instituto Químico de Sarrià y mi padre me convenció para ir a estudiar viticultura y enología en Montpellier. Me gustó tanto que decidí dedicar mi carrera profesional al vino. Primero trabajé un tiempo en el departamento de innovación de un fabricante de resinas y floculantes y en 1999 me incorporé al negocio familiar para dirigir el laboratorio de análisis. Actualmente dirijo el área de Innovación y conocimiento, la bodega Jean Leon, y también presido el clúster INNOVI, focalizado en promover la competitividad de las empresas del sector vitivinícola catalán para afrontar favorablemente la globalización a través de la innovación.

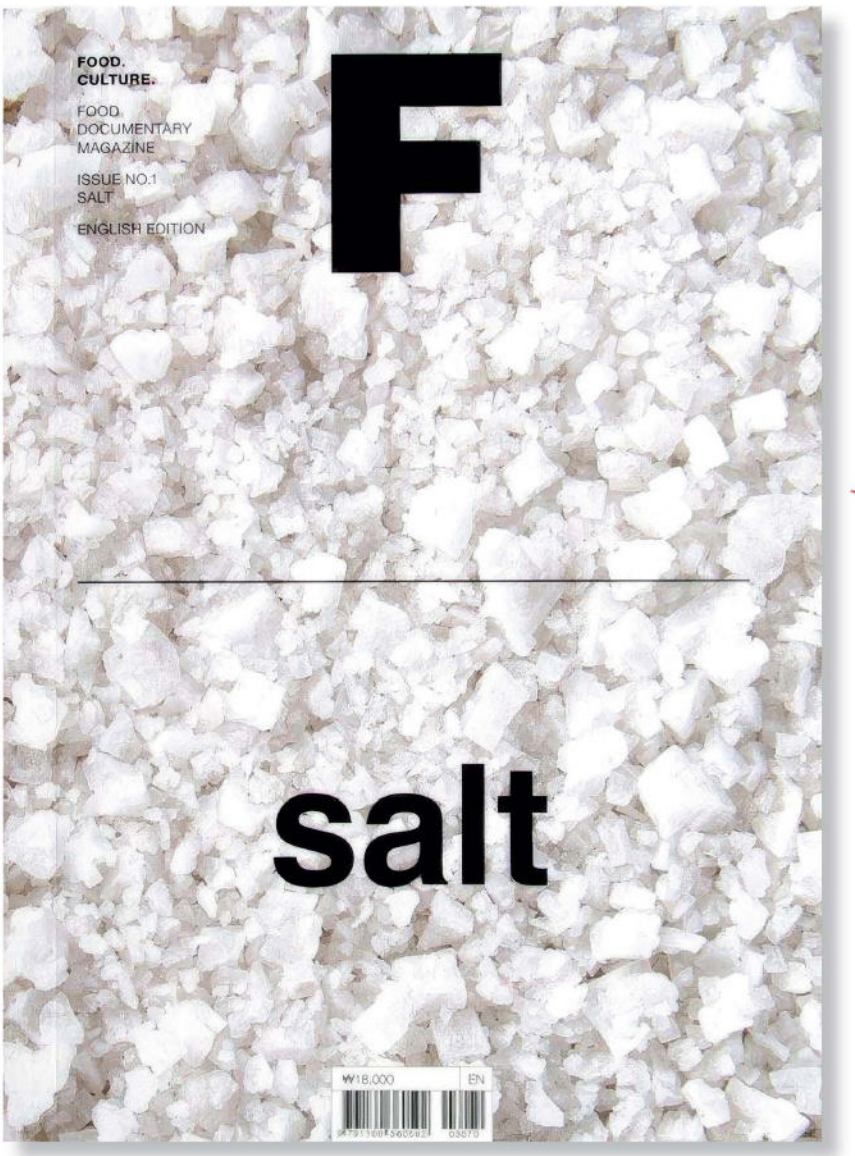
Cómo quinta generación, ¿qué retos se ha marcado?
Tenemos el reto de mantener y continuar el legado y aportar nuestro grano de arena, pero en un entorno diferente, marcado por la crisis climática y cambios en los hábitos de consumo. El reto es grande y, aunque hemos llevado a cabo cambios para poder adaptarnos al nuevo escenario climático y para ser cada vez más sostenibles, también habrá que adaptarse a las necesidades del consumidor.

Familia Torres se ha convertido en un referente mundial tanto en la calidad e innovación de sus vinos como en el respeto al medio ambiente. ¿Cómo lo gestionan?
Somos muy exigentes con lo que hacemos, en parte porque tenemos un compromiso con las generaciones anteriores y también porque lo que está en juego es nuestra reputación al llevar los vinos y brandis el apellido Torres. Siempre trabajamos buscando la excelencia, aunando tradición e innovación y respetando al máximo nuestro entorno. Y rodeándonos de grandes profesionales. En los últimos años, muchos de nuestros esfuerzos se han orientado a adaptarnos al nuevo escenario climático y a reducir nuestra huella de carbono, gracias al liderazgo de mi padre a impulsar iniciativas de reducción de emisiones.

Otro de los parámetros Torres es la sostenibilidad. ¿Qué líneas de trabajo están siguiendo?
Entendemos la sostenibilidad desde tres vertientes: ambiental, social y gobernanza. Ponemos mucho foco en la sostenibilidad ambiental porque, como decía antes, vivimos de la tierra y no podemos quedarnos de brazos cruzados. Pero también la vertiente social es importante para nosotros para garantizar la calidad del trabajo y el bienestar de nuestros colaboradores, más de 1.100 en todo el mundo.

¿Se han recuperado ya de los efectos de la pandemia?
Fue un golpe duro desde un punto de vista económico pero también personal y emocional, que nos hizo replantear muchas cosas. Creo que la pandemia nos ha cambiado a todos, nos ha hecho más resilientes y adaptables.

TEXTO: EMILIO MOLINES.



El último número de la revista, publicado en enero, está consagrado a la sal.

F DE 'FOOD'

'Magazine F' es una curiosa revista sobre comida que se centra en un ingrediente por número. La revista explora cómo se cultiva, prepara y comparte cada ingrediente en diferentes culturas de todo el mundo, a través de entrevistas en profundidad, historias inspiradoras y cuidadas fotografías. La revista tiene su origen en Corea, donde se publica seis veces al año, aunque presenta información sobre lugares, tradiciones, cocineros y productores de todos los rincones.

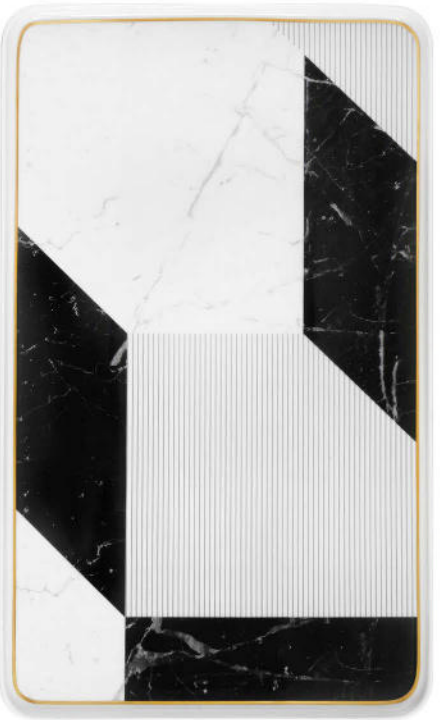
'Magazine F', Magazine F Editors. www.reading-f.com

UN POQUITO DE CADA

Una bolsa, una bandeja o una butaca... no sabemos con qué quedarnos.

1

Cesta Samantha Rosa de **Liewood** (12 €).



2

3

4

5

6

2. Fuente rectangular grande Carrara de **Vista Alegre** (112 €). **3.** Vela Peaks Verde de **Molecot** (112 €). **4.** Silla Kangaroo de **Detjer** (645 €). **5.** Cerillas **Two Peakcoks** (9,90 €). **6.** Molinillo de sal y pimienta Bloomingville 15 cm de **Nordic Nest** (49,90 €).

LOS MÁS CREATIVOS

Forbes
@forbes_es

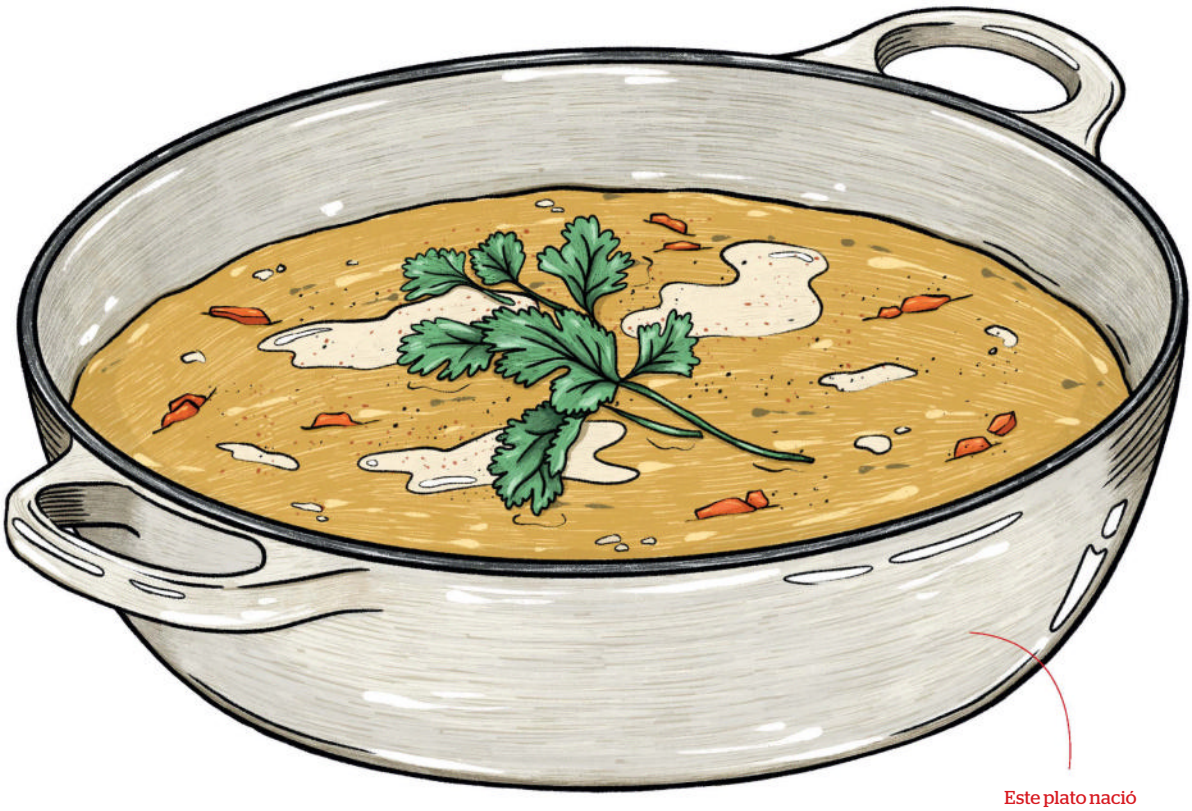
Brands. Influence. & Data.
SpainMedia.

Ruta rápida para disfrutar de la vida

starters

Maridando con elegancia el Quai d'Orsay No. 54 (cepo 54 y 135 mm de longitud).

Los aficionados al habano disfrutan maridando sus vitolas de formas diferentes y elegantes, como cuando encienden un **Quai d'Orsay No. 54**, de sabor suave y sofisticado, y lo acompañan con un vino blanco ensalzando sus notas y matices.



Este plato nació en respuesta al deseo de sopa de los colonos.

LA SOPA COLONIAL INDIA

Plato híbrido angloindio, la sopa mulligatawny pasó de los menús de los ferrocarriles ingleses en la India a los restaurantes victorianos de Londres en un viaje épico.

Texto **José Manuel Ruiz Blas**

Aunque ha caído en el olvido, y ya sólo figura en los menús ingleses con ironía camp, lo cierto es que la sopa mulligatawny llegó a ser el plato nacional británico, mucho antes que el pollo tikka masala. Como este, se trata de la adaptación de un plato indio al gusto del paladar inglés. En concreto, el de los colonos de la Compañía Británica de las Indias Orientales, la poderosa empresa que un día gobernó casi todo el subcontinente indio. Durante el dominio colonial, aquellos ingleses sofocados y pálidos seguían exigiendo que se les sirviera sopa como primer plato de sus menús. Esto suponía

un problema: en el Indostán la comida se servía de una sola vez, con todos los platos colocados en el centro de la mesa. La sopa no existía en su cultura culinaria.

Los cocineros hindúes se esforzaron por complacer a los funcionarios de la Compañía recurriendo al "agua de pimienta", lo más parecido a la sopa que conocían. Se cree que empezaron a servirla a los colonos de Madrás en Tamil Nadu, el estado más al sur de la India, y por ello los nativos les llamaban *mulls*, una contracción de mulligatawny, que provenía de las palabras tamiles *milagu* (pimienta) y *tannir* (agua). Otra probable inspiración pudo ser el rasam, también sureño, un plato picante con una base agria de caldo de kokum y zumo de tomate y tamarindo, servido con guarnición con arroz.

La receta fue variando para complacer a los oficiales británicos, que pidieron a los cocineros que agregaran trozos de carne. Durante el siglo XVIII, a la sopa se le fue añadiendo pollo, ternera, cebolla frita y especias. Su éxito no se debió a los hogares o los clubs, sino a los menús ferroviarios. En el Blue Train que unía Bombay con Calcuta se servía sopa mulligatawny, junto al curry de pollo o cordero y el bizcocho al vapor, en dura competencia con la sopa Windsor, un plato de la metrópoli omnipresente en los menús de trenes británicos de la época, al que desplazó en el favor de los viajeros en la India. Y de ahí saltó a los hogares coloniales.

En la India, el almuerzo de domingo incluía el mulligatawny, a la manera de un rito inalterable, un plato simple y casero de *comfort food*. El estudio de recetarios, libros de viajes y memorias atestigua el florecimiento una peculiar cocina híbrida, con elementos de las prácticas culinarias británicas e ingredientes de las colonias.

De la India viajó a otros confines del Imperio, de Malasia a Singapur. El mulligatawny hacía furor junto a otros platos surgidos del mestizaje colonial en los fogones, como el kedgeree, el country captain o el arroz pish pash. A medida que el Imperio se expandía, la cocina india se iba haciendo popular en la metrópoli. La nueva sopa se consolidó en Inglaterra con el regreso de los comerciantes y administradores. En Londres abría sus puertas The Hindostane Coffee-House, dirigido a la nobleza y las clases altas, con platos indios adaptados al gusto local. Entre ellos, la sopa mulligatawny. El general de caballería A. R. Kenney-Herbert, que había estado en Madrás, recopiló para los exiliados angloindios recetas como la del mulligatawny, cuya preparación se ocupó de difundir en la escuela de cocina que abrió en Londres, en la prestigiosa Sloane Street, a su regreso. En 1817 aparece documentada nuestra sopa en 'The Cook´s Oracle' de William Kirchner, un gourmand inglés a quien se debe el trabajo más completo sobre la cocina inglesa de la época. Incluía ternera sofrita con cebolla en mantequilla, "doce granos de pimienta negra", caldo, harina, curry, "un par de aves o conejos" con chalotas y un poco de macis y jengibre. Y en 1849, el libro de recetas para uso del Raj británico en la India de Robert Riddell incluyó varios tipos de mulligatawny. Seguramente fue un libro de gran difusión entre las mujeres británicas que se desplazaban a la India, un flujo que se incrementó a lo largo del XIX. Al regreso de estas memsahibs, el mulligatawny volvía con ellas. En los cruentos recetarios victorianos hay recetas donde se insta a "matar, chamuscar y vaciar" un pollo, a poder ser joven y tierno.

DURANTE EL SIGLO XVIII, A LA SOPA SE LE FUE AÑADIENDO POLLO, TERNERA, CEBOLLA FRITA Y ESPECIAS. SU ÉXITO SE DEBIÓ A LOS MENÚS FERROVIARIOS

Sin embargo, la revuelta de los cipayos en 1857, en la que los soldados indios del ejército de la Compañía Británica se rebelaron contra el dominio de esta, volvió a los colonos más desconfiados. Emergieron teorías racistas que legitimaban la ocupación colonial, y los colonos empezaron a vivir aislados de la población local, en bungalows apartados, o pasando grandes temporadas en estaciones de montaña. Al mismo tiempo, los restaurantes formales se esforzaron por servir menús más british. Los platos de los cocineros indios comenzaron a ser menospreciados en favor de los asados y pasteles ingleses tradicionales. Y el mulligatawny empezó a ser sólo la vaga evocación de un pasado colonial, un plato que nació y murió con el Imperio.

Hoy olvidado, el mulligatawny tuvo un último destello de fama en la comedia televisiva *Seinfeld* como una de las especialidades del llamado "sopero nazi", inspirado en el malhumorado chef que regía un establecimiento de sopas en Manhattan. La vieja Gran Bretaña vive hoy rendida al pollo tikka masala, otro híbrido angloindio, pero el mulligatawny atesora el brillo gastado de la nostalgia imperial.

ILUSTRACIÓN: MARÍA ALMEIDA.

Compartir tiene
un diseño inspirado
en Cadaqués y el
Mediterráneo .

TOME ASIENTO

Tapizadas o desnudas, domésticas o esculturales, en los restaurantes, las sillas deberían ser cómodas siempre.

Texto **Rosa Molinero Trías**

Cuando entramos a un bar o a un restaurante, una de las primeras percepciones de la comodidad del lugar será al contacto con la silla, y su forma, su anchura, su altura y también los materiales con los que está construída determinarán si nos olvidaremos de ella o estaremos pensando todo el tiempo en levantarnos e irnos. ¿Pasaremos un rato agradable o la silla nos mandará derechos al fisioterapeuta?

La comodidad a la hora de sentarse es uno de los aspectos a tener en cuenta cuando se construye la sala de un bar o un restaurante. Lo saben bien arquitectos e interioristas, que prestan especial cuidado a la elección de sillas, taburetes y otros asientos. Porque, además de tener que ofrecer un reposo confortable, la estética también cuenta, y mucho: las sillas, junto al resto de piezas de mobiliario, deben ir acordes con el concepto de restauración y casar con el diseño del espacio.

"La silla es una de las piezas más importantes en un restaurante, porque es lo que el cliente toca y lo más cercano a él. Es lo que le hace sentir cómodo, lo que le transmite esa comodidad", explican desde el estudio de arquitectura El Equipo Creativo. "La elección de las sillas es una de las más complicadas: se genera un intenso debate con el cliente hasta que damos con la pieza perfecta". Los arquitectos comentan que el concepto gastronómico del restaurante será el factor decisivo que les hará incorporar un tipo de silla u otro. "Creemos que todo el diseño debe apoyar la esencia del restaurante, y esta es, precisamente, una tendencia global que identificamos".

La comodidad, tanto táctil como visual, es también una de las directrices por las que el interiorista Isern Serra (Fiskebar, Il Giardinetto, Veritas) se guía: "Seleccionamos muebles muy sencillos y domésticos, con un aire de toda la vida, que acompañen y no destaquen en exceso para dar serenidad y comodidad. Algo clásico y duradero. Marcas como Frama, Federicia Furniture o Mobles 114 cumplen estos requisitos, en especial →

para taburetes. En cuanto a sillas, preferimos que no tengan tapizados ni brazos, ya que las sofistica".

Asimismo, un restaurante siempre querrá ser más cómodo que un bar, donde por una cuestión de facturación es necesario que el servicio sea ágil y así poder satisfacer a más clientes. "Se necesita entender el nivel de comodidad que quiere ofrecer cada local", recalcan desde El Equipo Creativo (Disfrutar, Compartir *[T de Oro Cataluña 2023]*, Tunateca Balfegó, Fauna). "En un bar de tapas, donde la idea es compartir la comida de manera cercana, se busca más la espontaneidad que la comodidad. En este caso, encajaría un taburete o una silla ligera, que se pueda mover fácilmente y que no tenga reposabrazos para que ocupe menos espacio. La silla debe imitar la funcionalidad del bar de tapas y ofrecer rapidez y sencillez, tanto para moverse como para ser limpiada". Por contra, en un restaurante gastronómico, donde el ágape dura 3 o más horas, buscarán un asiento decididamente cómodo: "Escogeremos una silla amplia y, a ser posible, tapizada y con reposabrazos".

En este sentido, el fisioterapeuta y gastrónomo Francisco Montoya, vencedor del campeonato nacional de cata a ciegas por equipos en 2022, destaca la importancia del respaldo para ofrecer la comodidad necesaria para comer sin molestias. "La silla ideal debe tener un soporte lumbar para que la espalada esté apoyada y no tener una sensación de inestabilidad", explica Francisco Montoya, "si no tenemos un resplado, el tronco estará manteniendo todo el rato la postura y se dará una fatiga muscular".

Por otra parte, Montoya indica que el asiento de las sillas debe estar a unos 45 ó 50 cm de altura, mientras que la mesa suele estar a 80 cm (ambas medidas se toman respecto al suelo). "Para mí es muy importante la distancia entre la silla y la mesa. Muchas veces se ponen reposabrazos muy bonitos pero muy poco prácticos, ya que no te dejan acceder a la mesa y acabas comiendo a mucha distancia. Como mucho, hay que estar a 30 cm de la mesa". Una distancia adecuada entre comensales también será la mejor opción, puesto que permitirá la libertad de movimientos adecuada para comer y conversar sin constricciones.

¿Y qué pasa con las barras? Más de moda que nunca, existe un verdadero furor por comer en barras de toda la vida e, incluso, cada vez más nuevas aperturas habilitan una barra con tal de poder ofrecer un servicio allí que una década atrás estaba cayendo en en olvido. Sin embargo, en términos ergonómicos, pueden no ser la mejor opción para todos. Montoya, gran amante de las barras, defiende que son una gran experiencia gastronómica, pero señala algunos detalles a tener en cuenta para no arruinarse la comida a uno mismo eligiendo comer en la barra. "Por un lado, las barras donde se come o se pica algo de pie no son la mejor opción para estar disfrutando de una comida. La postura no ayuda a la circulación y cansa la musculación antigravitatoria (la que nos permite estar ergidos). Es por esta razón que las barras clásicas tienen un reposapiés: sirve para que al colocar allí el pie, se levante un poco la pierna y, así, se le ofrece un poco de descanso a las lumbares, que es la zona que antes provoca molestias, puesto que en esta parte de la columna vertebral los discos son más anchos y se deshidratan antes". En cuanto a las barras más gastronómicas, que ofrecen algún tipo de asiento, nuestra comodidad dependerá de si nos encontramos con una silla con respaldo o un taburete. "Sea lo que sea, merece la pena el sacrificio".

LA SILLA IDEAL DEBE TENER UN SOPORTE LUMBAR PARA QUE LA ESPALDA ESTÉ APOYADA Y NO TENER SENSACIÓN DE INESTABILIDAD

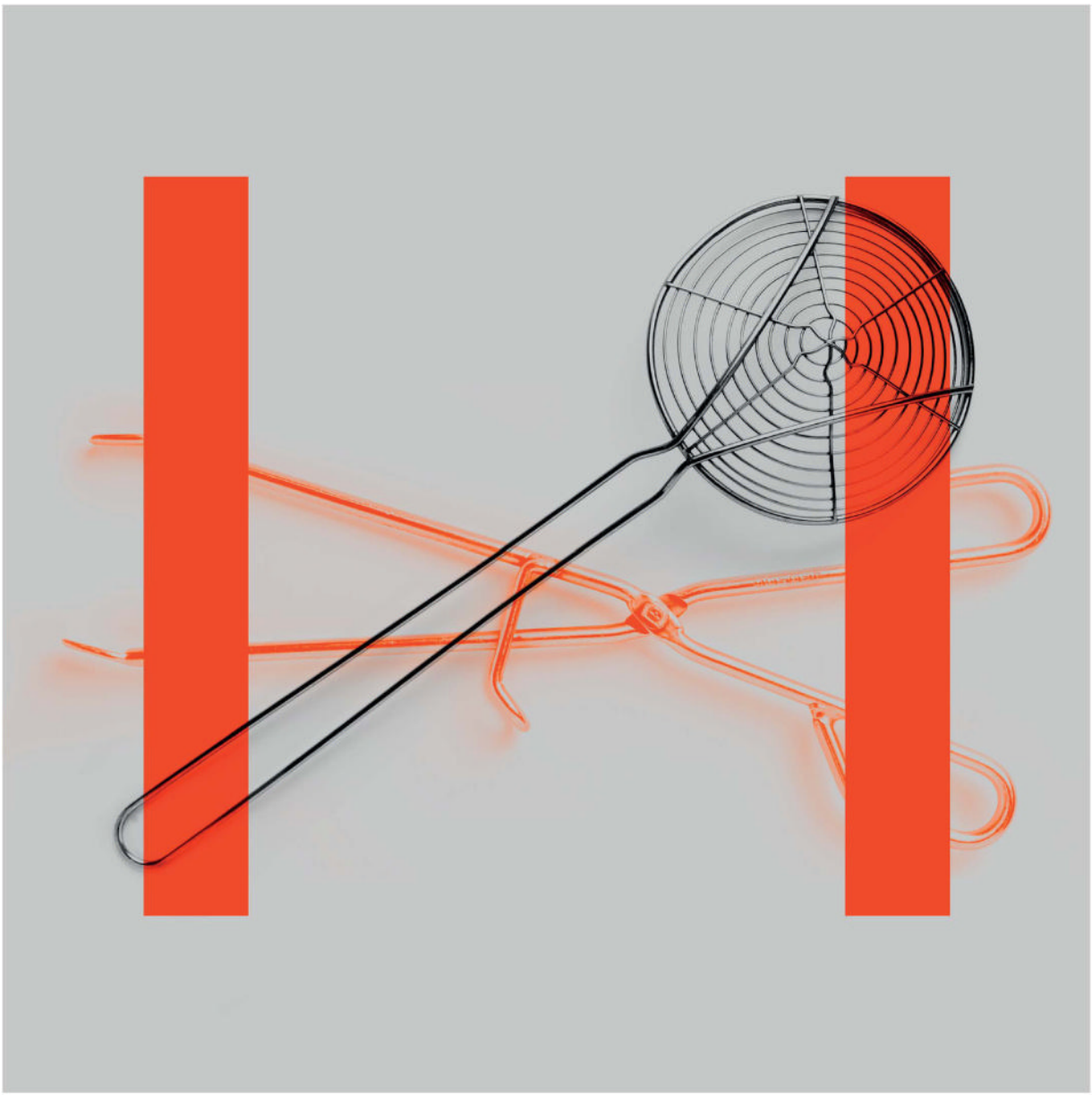
El auge de las barras ha traído consigo, por suerte, una abundancia de taburetes con respaldo. Así lo confirma el diseñador de muebles Gabriel Moragas, del estudio Mobles 114, explica que están asistiendo a un momento en el que se les solicitan más taburetes con respaldo, lo que garantizaría un plus de comodidad. "Y de sillas de exterior, sobre todo en Europa", añade. En el caso de Mobles 114, la tendencia es clara: "diseñamos las sillas según nuestra línea editorial, es decir, con diseños que quieren ser atemporales, al margen de la tendencia. Por supuesto, los valores de la ergonomía, la sostenibilidad y el precio son fundamentales". Moragas afirma que cualquier profesional que escoja una silla para su restaurante o bar deberá darle la máxima prioridad a la ergonomía y comodidad de la pieza, que deberá encajar con la estética del local. En este sentido, concuerda con el Equipo Creativo, que apunta a otros factores que influirán al decidir una estética u otra: el localismo. "Si el local está en Barcelona, la silla transmitirá un mensaje más mediterráneo que si está en Japón o en Suecia".

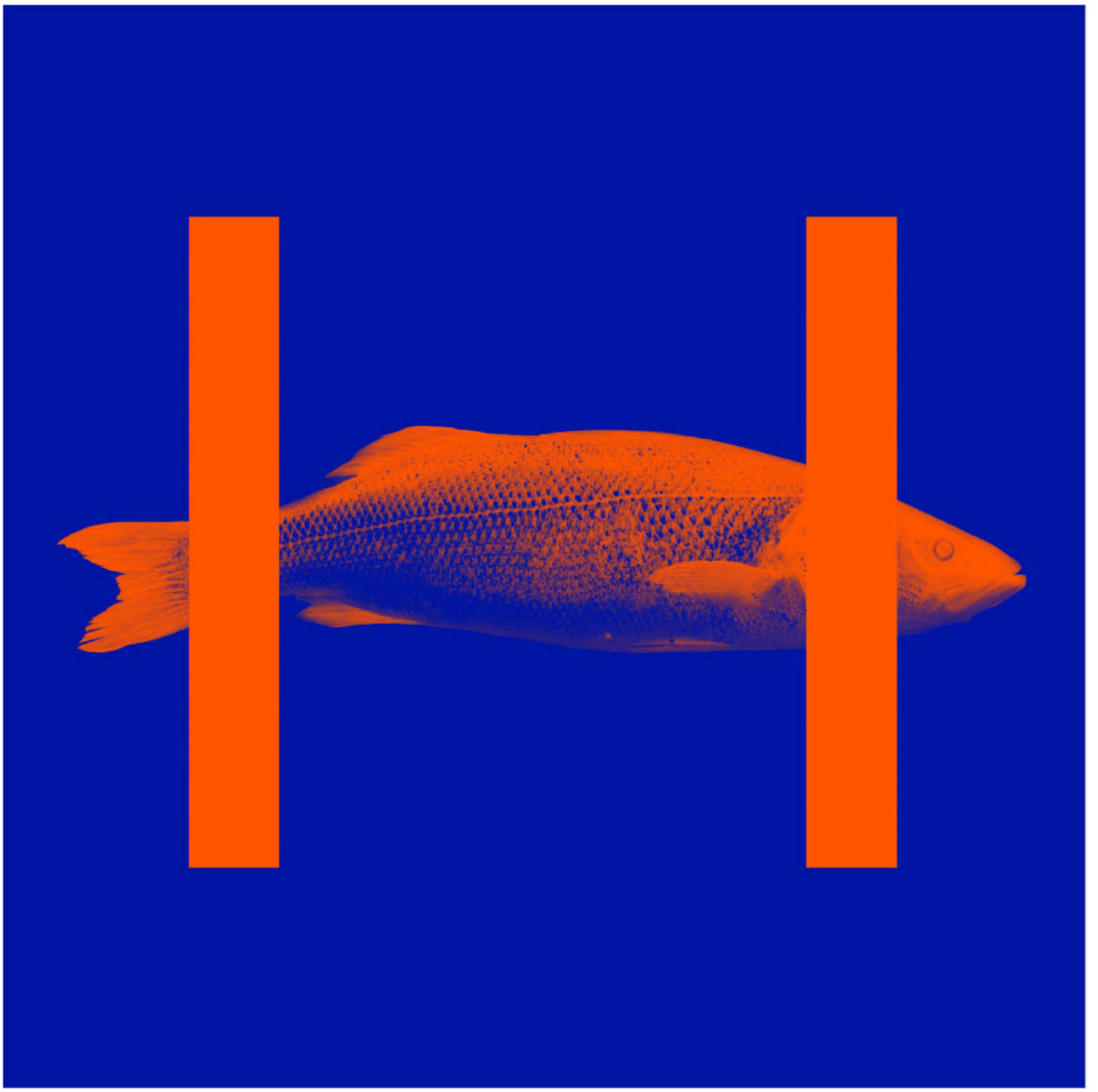
FOTOS: ADRIÀ GOULA (COMPARTIR Y FAUNA); SALVA LÓPEZ (CASA HERAS Y BAR GIPSY).

De arriba a abajo, de izquierda a derecha: Restaurante Casa Heras (en el Hotel Palau Fugit de Girona); Fauna restaurant (en el Hotel Kimpton Vividora de Barcelona); bar Gipsy (en el Hotel Palau Fugit de Girona); restaurante Selva (Ámsterdam).

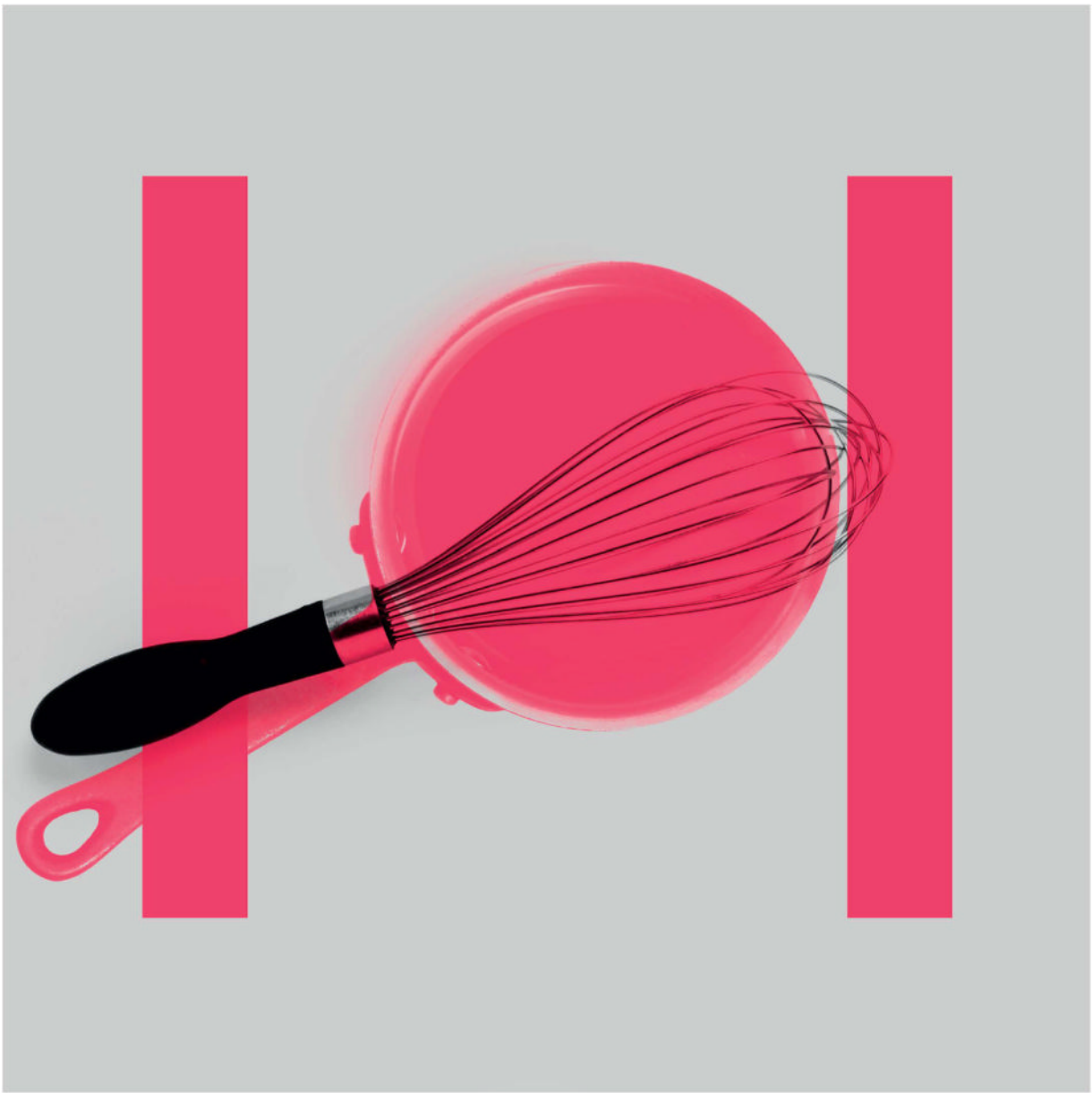
BUSCA LA HACHE

Hatched es un restaurante gastronómico en el corazón de St John's Hill, en South London. No lejos de él se encuentra el estudio creativo 'SPIN, que se ha encargado de dotarlo de identidad a través de estos conceptos artísticos.





HATCHED
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
Shane's Wine Collection
1. Quintessence Rouge
Origin: France, Rhône Valley
Year: 2018
Colour: Red
Paired with all types of red meat.
2. Chablis Domaine des Hâtes
Origin: France, Burgundy
Year: 2018
Colour: White
A complex white wine which pairs lovely with delicate white fish.
3. Cantina del Pino Barbera
Origin: Italy, Piedmont
Year: 2016
Colour: Red
This wine is rich, with peppery black cherry fruit and integrated oak.
4. Gilles Morat Pouilly-Fuissé
Origin: France, Burgundy
Year: 2017
Colour: White
Pairs best with seafood, with rich and fruity flavours.
5. Schlossberg Riesling Trocken
Origin: German, Mosel
Year: 2016
Colour: White
Whilst dry it carries a subtle fruity flavour.
6. Reuzen-Segis Margaux
Origin: France, Bordeaux
Year: 2001
Colour: Red
Medium to full bodied wine with a soft berry aroma.
7. Saint Romain "Le Jarron"
Origin: France, Burgundy
Year: 2012
Colour: White
Some Select recommends pairing with scallops.
8. Ar Lenoble Intense
Origin: France, Champagne
Year: 2018
Colour: Champagne
This champagne is a blend of Pinot Noir(55%), Pinot Meunier(26%) and Chardonnay(30%)
9. Lampo Prosecco, Bergoluce
Origin: Italy, Treviso
Year: 2019
Colour: Prosecco
Pairs with shellfish, vegetarian and appetizers.



HATCHED
1.
2.
3.
4.
5.
6.
Glasses
1. Cocktail Glass
2. Lowball Glass
3. Red Wine Glass
4. Champagne Flute
5. White Wine Glass
6. Highball Glass

CAMARERO, HAY UN GRILLO EN LA PASTA

La comercialización de pasta hecha con harina de insectos ha desatado una sonada polémica en Italia que ha llegado al propio Palacio Chigi.

Texto **Marina García**

Uno de cada cuatro platos de pasta servidos al día en el mundo es, cómo no, italiano. El país transalpino vive aferrado a su gastronomía, icono que se ha replicado en casi todos los rincones del mundo gracias a los inmigrantes que se llevaban con ellos la famosa receta de *spaghetti al pomodoro della mamma* (espaguetis con tomate de mamá). Italia es, además, el primer productor mundial de pasta, con 2,7 millones de toneladas. Mueve la economía: desde la fábrica, al supermercado o al restaurante. Es el producto sagrado en el que se basa una parte fundamental de la dieta de este país. Es común que un italiano te diga no solo las veces que come pasta a la semana, sino al día.

Es por eso que el debate sobre la producción y consumo de pasta con harina de insectos ha generado, en algunos casos, una polémica política, en otros, como mínimo una encendida conversación entre amigos. ¿Está Italia preparada para incluir un *novel food* en su exigente gastronomía? Para el Gobierno de derechas de Giorgia Meloni, que ha hecho del *Made in Italy* un discurso político y hasta un Ministerio, no. De hecho, el viceprimer ministro Matteo Salvini ha menospreciado la reciente autorización de la Unión Europea sobre la comercialización del llamado "polvo de *Acheta domesticus*", comúnmente "harina de grillo", abriendo el camino a la venta en todos los países de la UE.

Italia es el primer productor mundial de pasta, con 2,7 millones de toneladas, lo que supone un motor económico.

Le hemos preguntado a Agostino Macrì, experto en seguridad e inspección alimentaria y profesor Universidad Campus Biomedico de Roma, cómo funcionan este tipo de procedimientos. Nos ha explicado que, para incluir en el mercado una *novel food*, es necesario presentar una petición muy detallada, con todas las propiedades o posibles efectos negativos. En 2019 lo hizo una empresa vietnamita que estaba interesada en la producción de harina de este tipo en Europa. "La UE estudia un reglamento y lo presenta a debate a los 27 países. Italia ya tuvo tiempo de lamentarse. Luego, si es aprobado como en este caso, es ley en todos los países europeos y cada uno de ellos debe presentar una directiva, que precisa procedimientos", añade Marcrì. Ahí es donde el país transalpino introdujo algunos aspectos sobre el etiquetado o la colocación señalizada en los supermercados. En Italia había quien esperaba esa decisión europea desde hacía diez años.

De hecho, desde este mes de enero se puede ya comercializar para uso alimentario. La

primera empresa en hacerlo proviene de Las Marcas y produce dos toneladas de harina de grillo al mes completamente *Made in Italy*, tras una década de investigación. Es igual para los dos socios romanos que componen la marca Healthy Proteins, que está a punto de lanzar en el mercado italiano pasta realizada con insectos y también barritas energéticas. "La idea de realizar una pasta proteica la tuvimos hace 10 años cuando aún éramos estudiantes de ingeniería agrónoma. Leímos un informe de la FAO en el que, en resumen, proponía los insectos como el alimento del futuro por su alto nivel proteico y por su producción enormemente sostenible. Como buenos italianos, nos propusimos crear la fórmula de la primera pasta italiana hecha con esa harina", explica Emilio Calligaris, uno de los dos socios.

Los expertos en la materia señalan la importancia de las propiedades de estos productos, considerados una *superfood*. "La literatura científica demuestra que las harinas de insectos son una importante fuente de antioxidantes, importantes para la prevención de enfermedades crónicas. Un estudio reciente ha señalado que contienen más antioxidantes que un zumo de naranja. Además se obtienen proteínas de alta calidad, con un coste razonable y con mucho menos impacto ambiental", explica a *Tapas* el profesor de Food Microbiology de la Universidad degli Studi di Teramo Antonello Paparella. ¿Pero qué opinan los italianos?

El debate se ha extendido incluso hasta el programa televisivo *Masterchef*, donde han probado a cocinar con esta harina. Hablan de ella chefs tan importantes como Luciano Monsilio, ganador de una estrella Michelin, que nos da algunas claves: "Los italianos no están preparados, pero es un producto interesante y encontrará espacio en el mercado, por ejemplo para gente que hace deporte. No cambiará el hábito de los italianos, pero puede integrar su dieta. ¿El sabor? Exactamente igual al de la pasta de trigo sarraceno", explica. Él, para contrastar el retrogusto un poco amargo, la cocinaría con la simple receta de burro e parmigiano (mantequilla y parmesano). Conocer cómo es en realidad la pasta hecha con harina de insectos nos hace pensar que en Italia intente, quizás, quitarle el lugar a un filete, pero no *alla pasta della mamma*.

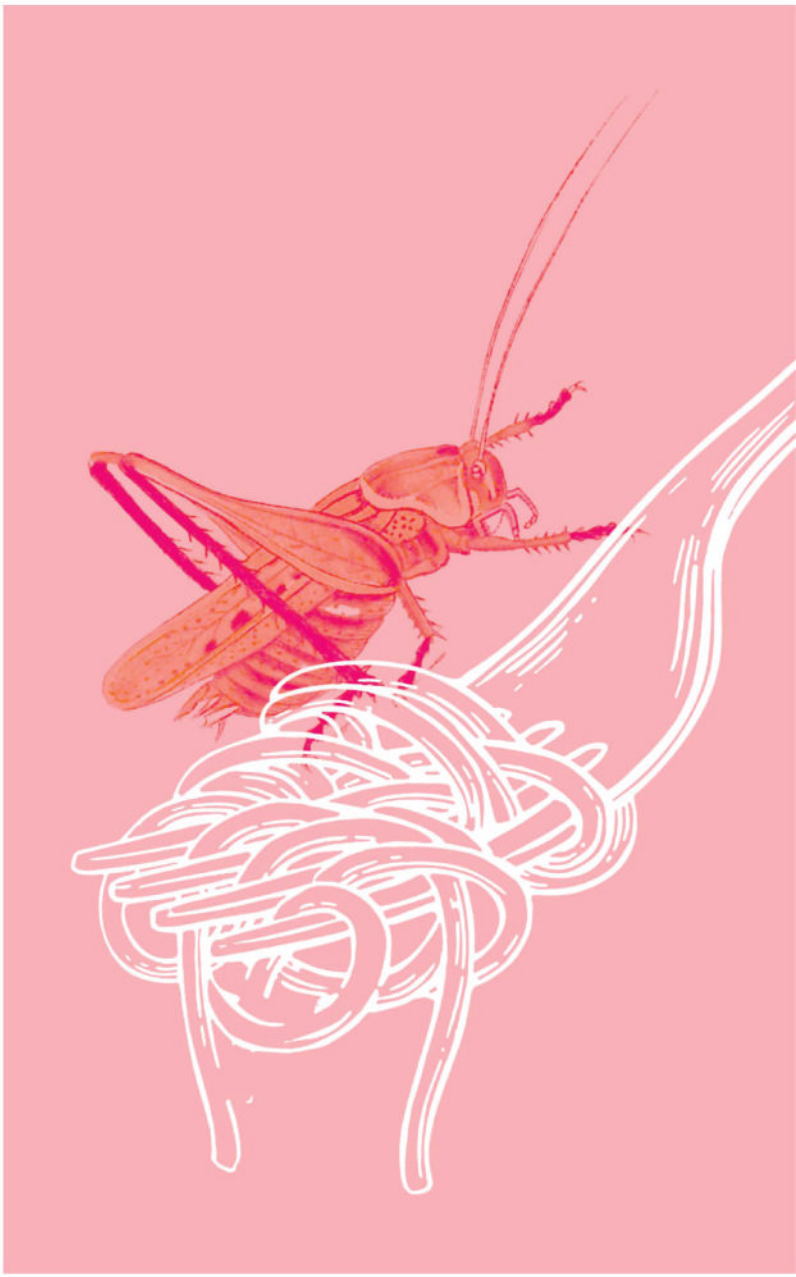


ILUSTRACIÓN: n.ZO ESTUDIO.

LA LITERATURA CIENTÍFICA DEMUESTRA QUE LAS HARINAS DE INSECTOS SON UNA IMPORTANTE FUENTE DE ANTIOXIDANTES

POR UN PUÑADO DE YENES

Si hay una religión que arrasa en Japón, es el culto a la máquina expendedora. Lo que en el resto del mundo solo calma el hambre o la sed, allí se convierte en lugares de encuentro, entretenimiento y todo lo que puedas imaginar.

Texto **Santi Alverú**

FOTO: GETTY IMAGES.

NEW!!
RAINBOW MOUNTAIN BLEND
BOSS
HOT
あります!
KIRIN
10年目のNEW FIRE
WILD HEALTH
Great taste zero sugar.

El metro de Tokio está plagado de pantallas. Ofrecen pasatiempos, recomendaciones para los viajeros y mucha, mucha publicidad. Entre colores chillones y gesticulaciones imposibles, un anuncio se impone. Muestra a un par de fontaneros que, tras un duro día de trabajo, paran a descansar en su rincón favorito. Un lugar apacible, en el que suelen compartir risas, confesiones y anécdotas. Una esquina compuesta por la amable sombra de un árbol, un banco y una máquina de bebidas. Pero, al llegar, la máquina ha desaparecido. Vemos el abatimiento en el rostro de uno de ellos. Como en todo buen spot, el conflicto se resuelve rápido: la máquina estaba siendo reparada y ya están colocando otra, más moderna, pero igual de acogedora. Ah, y de su interior sale Tommy Lee Jones.

Se trata de una campaña de la marca de café en lata BOSS, número uno de este producto en todo Japón. Aunque parezca demasiada coincidencia, lo cierto es que su logo, la silueta de un malhumorado señor mayor que fuma en pipa, no tiene inspiración directa en el serio rostro de la estrella de *No es país para viejos*. No obstante, Tommy Lee Jones lleva desde 2006 apareciendo en sus anuncios, con un registro mucho más demente del que acostumbra. Cuando sostiene una lata de BOSS se convierte en un alienígena capaz de lanzar rayos por los ojos, hablar con perros o volar por los aires. El actor de *Men in black* es un enamorado de la cultura japonesa desde sus estudios en Harvard, donde ya manifestaba su amor por las pinturas de Hokusai o el arte del kabuki. Con estos ingredientes, solo era cuestión de tiempo que acabase en el interior de uno de los símbolos favoritos de sus gentes. La máquina expendedora.

Calderilla para unirlos a todos

Según datos de la Asociación de Fabricantes de Sistemas Expendedores de Japón, a principios de 2023 había más de cuatro millones de máquinas expendedoras. Un estudio del mismo organismo sentencia que, si bien Estados Unidos ocupa el primer lugar del planeta en cifras absolutas, Japón tiene "la tasa de penetración más alta del mundo según su población y superficie terrestre". Aproximadamente, existe uno de estos aparatos por cada veintitrés personas. Y no solo se encuentran en núcleos urbanos. Estos mecanismos abundan en las áreas rurales. Hasta el monte Fuji, con sus 3.776 metros de altura, recibe a los viajeros que llegan a su cima con unas Coca-Colas frías. Lo que en España es poner un bar, en Japón se traduce como colocar una máquina.

Las razones de este triunfo son numerosas. Las hay prácticas y evidentes. La cultura del vending reduce costes. En un país cuya población envejece a gran velocidad, en el que es difícil encontrar mano de obra, estos aparatos son eficaces sustitutos del ser humano. La criminalidad es bajísima, rara vez se vandalizan o se intentan robar. Su sociedad sigue basando las interacciones comerciales diarias en el efectivo, es bastante habitual que no se acepte el pago con tarjeta, lo que hace que siempre se lleven unos yenes en el bolsillo. La densidad de población aumenta considerablemente el precio de los alquileres, así que es más fácil disponer de unos metros cuadrados para almacenar botellas que de todo un espacio para un local.

La fiebre que despiertan las máquinas expendedoras está estrechamente relacionada con la pasión por los *konbini*, adaptación del término inglés *convinience store*, pequeñas tiendas de alimentación como Seven Eleven que triunfan en el país. Paradójicamente, los japoneses son grandes enemigos de comer por la calle. Si ven a un japonés comiendo un bocadillo mientras camina, pidan un deseo. No es difícil que sus habitantes más ancianos regañen al turista despistado que pasea mirando

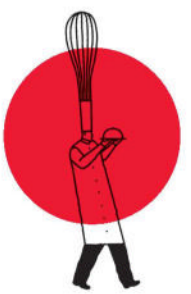
el móvil mientras devora una bola de arroz. Así, los productos adquiridos en las máquinas no se suelen comer en el metro, en el cercanías, o camino al trabajo. Lo más normal es, si no se quiere esperar a llegar a casa, hacerlo en sus inmediaciones. Como mostraba el anuncio de BOSS, es frecuente encontrar bancos o reducidas áreas cercanas designadas para el descanso, en el que se puede aprovechar para beber y comer.

O quizás todo tenga que ver con el secreto mejor guardado de Japón: la ausencia de papeleras. Cualquier turista que haya pasado unos días en el país puede dar testimonio de ello. La limpieza de sus calles corresponde a una cultura impensable en occidente. Cada individuo se hace responsable de la basura que genera, manteniéndola consigo hasta que es capaz de deshacerse de ella, normalmente reciclándola como es debido. Esta actitud, sumada a una peculiar visión de la seguridad nacional (en 1995 el metro de Tokio sufrió un atentado químico con gas sarín, calculadamente situado en sus papeleras, eliminadas desde entonces), hace dificilísimo toparse con recipientes en los que arrojar desechos. Pero no imposible: las máquinas de bebida o comida cuentan siempre con unos cubos contiguos, en ocasiones integrados en su misma estructura, en los que poder depositar envases.

El auténtico pozo de los deseos

Aunque el té, el café o los refrescos sean los productos estrella, la oferta es inabarcable. La industria del vending es tan competitiva, y los permisos tan sencillos de conseguir, que los japoneses son capaces de vender cualquier cosa a través de este mecanismo. Dispensadores de zumo de naranja o de helados se agolpan junto a otros que ofrecen salsa Sriracha, fruta fresca o ropa interior femenina. En Akihabara, el barrio de Tokio dedicado al manga, los videojuegos y el coleccionismo, muchas tiendas venden sus últimas novedades en máquinas a la entrada. En la estación del teleférico de la región de Hakone, los niños se agolpan frente a enormes aparatos que venden trenes de juguete a cambio de monedas.

Existe incluso un primo cercano de la máquina expendedora, llamado *gashapon*, que engloba un fenómeno propio. Fabricados por la marca Bandai, los *gashapones* son figuritas coleccionables encerradas en bolas de plástico, como aquellas que te compraban tus padres cuando parabais a merendar en un bar de carretera. Sin embargo, estas cuentan con dos grandes diferencias. Los mecanismos que las dispensan son fácilmente reconocibles. Son pequeños, blancos o naranjas y están apilados en interminables filas. Y la variedad de productos es devastadora. Las más normales albergan personajes de anime (Pokémon, One Piece, Naruto...), animalillos adorables, llaveros o pendientes. Otras, se vuelven más y más locas, pudiendo llegar a tener forma de patata frita, torso desnudo de hombre o instrumentos de cocina. Hay máquinas de *gashapon* que, al introducir una moneda, devuelven... ¡máquinas de *gashapon* pequeñitas!



ESTA FIEBRE ESTÁ RELACIONADA CON LA PASIÓN POR LAS PEQUEÑAS TIENDAS DE ALIMENTACIÓN, LOS KONBINI

Palomitas en Shibuya, bichos comestibles en Shinjuku, ramen en Shimokitasawa. Tabaco, condones o entradas para el cine. Los universos de *Doraemon*, *Digimon* o *Ghost in the Shell* incluyen referencias a máquinas expendedoras. Millones de posibilidades, que crecen día tras día, sostenidas por un ejército de hombres y mujeres que se encargan de reponer y prestar atención a estos humildes monumentos al gasto. ¿Es contagiable esta forma de entender el consumo? Bueno, en la estación de autobuses de Asturias había, hasta hace poco, una máquina en la que comprar cachopos. Quizás en unos años estemos lo suficientemente preparados como para que Tommy Lee Jones nos visite.

LA CLAVE CULINARIA DEL CÓDICE VOYNICH

Hace más de un siglo que el Manuscrito Voynich tiene desconcertados a los investigadores. El secreto para descifrarlo tal vez se encuentre en unas recetas de cocina.

Texto **Javier Márquez Sánchez**

Como en una apasionante película de misterio, en la Biblioteca Beinecke de "libros raros" e incunables de la Universidad de Yale, entre más de doce millones de volúmenes, se esconde una obra que lleva más de un siglo desconcertando a cuantos se han aproximado a ella. Es el conocido como Códice Voynich, cuyo nombre no hace referencia a su autor sino al librero polaco-estadounidense que descubrió la obra en un monasterio italiano en 1912.

Las incógnitas que rodean al Voynich son tales que llegó a pensarse que se trataba de una falsificación para ganar dinero. Las pruebas de Carbono 14, sin embargo, lo datan en Europa a comienzos del siglo XV, pero su rastro se pierde hasta principios del siglo XVII, cuando se cree que fue adquirido por el emperador del Sacro Imperio Romano Germánico, Rodolfo II. Desde entonces, pasó por varias manos hasta llegar finalmente a Wilfrid Voynich.

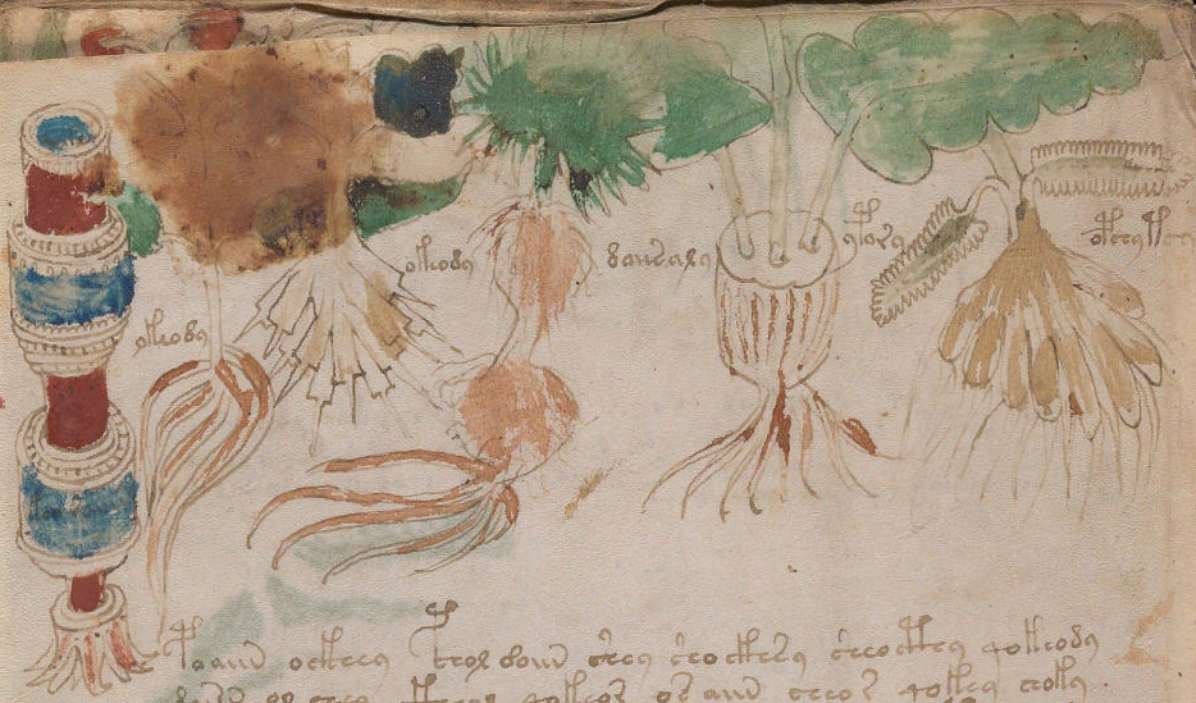
Es posible acceder al Voynich a través de la web de la Universidad de Yale.

La obra consta de 240 páginas escritas a mano, llenas de ilustraciones de plantas desconocidas, diagramas astronómicos y figuras humanas (especialmente enigmáticas son las de numerosas mujeres desnudas). Pero lo más desconcertante es que el texto está escrito en un sistema único que nadie ha logrado descifrar hasta ahora. El Voynich ha sido estudiado por especialistas de diversas disciplinas, desde lingüistas a criptógrafos y todo tipo de *frikis*. Pero a pesar de los numerosos intentos a lo largo de los años, el significado del manuscrito sigue siendo un enigma sin resolver.

Lo curioso es que la clave para descifrar el Voynich podría esconderse en unas recetas de cocina. Al final de la obra, una sección recoge páginas que incluyen dibujos de plantas, utensilios de cocina y figuras que podrían representar ingredientes o técnicas de cocina. Algunos investigadores sugieren que estas recetas podrían ser una llave para desentrañar el código del manuscrito, ya que el contexto culinario podría proporcionar pistas sobre el lenguaje utilizado. Por otro lado, además de arrojar luz sobre el propósito y origen del manuscrito, estas recetas ayudarían a descubrir ingredientes, técnicas de cocina o rituales asociados con la alimentación en el siglo XV.

Aunque el Códice Voynich y sus recetas siguen siendo un enigma sin resolver, los esfuerzos por descifrarlo continúan. La posibilidad de que las secciones del manuscrito contengan esas recetas culinarias ofrece una vía intrigante para desentrañar su misterio.

BEINECKE RARE BOOK & MANUSCRIPT LIBRARY.



ESTACIÓN·PODCAST

FESTIVAL IBEROAMERICANO DE CREACIÓN SONORA

21 ▷ 25 MAYO ▷ MADRID

2024

PATROCINADORES

Comunidad de Madrid · Spotify · podimo · amazon music · Acast

COLABORACIÓN INSTITUCIONAL

Círculo de Bellas Artes · uc3m Universidad Carlos III de Madrid · Actividad subvencionada por Gobierno de España, Ministerio de Cultura · Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia · AC/E Acción Cultural Española · PICE · CASA AMÉRICA

COLABORADORES

rtve audio · Madrid · 98 SUPER8 · YouTube · Fundación Telefónica · VoiceUp

MEDIOS OFICIALES

Forbes · radio 3 extra · Mondo Sonoro · Tapas

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU · Embajada de la República Argentina · Fundación Casa de México en España · aecid

ORGANIZADO POR SUBTERFUGE RADIO

Tapas mains

Productos de temporada

x.com/byneontelegram

94

TAPAS CHEF OF THE YEAR

Rasmus Munk ha revolucionado la gastronomía a nivel mundial desde el seno de su cultura escandinava. Por eso se ha convertido en nuestro Chef of the Year.

106

LOS MEJORES HOTELES GASTRO

Los hoteles no son solo un lugar en el que alojarse. Algunos presentan una oferta gastronómica fascinante, con restaurantes que son verdadero lujo.

114

UN MENÚ ILUSTRADO

En DiverXO no se lían a la hora de explicar cada pase del menú. Han optado por plasmar en ilustraciones la creatividad desbordante de Dabiz Muñoz.

132

EL REGRESO DE MADRIGAL

Andrés Madrigal ha puesto en marcha su proyecto más personal, Per Se Bistró, y nos sentamos a charlar con él para conocer todas sus claves.

EL ALQUIMISTA DE LA COCINA

La gran figura internacional de la nueva cocina es **Rasmus Munk**, el joven chef copropietario del restaurante Alchemist, en Copenhague. Es valorado como todo un visionario y un revolucionario de la cocina, por eso se ha convertido en el **TAPAS Chef of the Year 2024**.

Texto Jesús Rodríguez Lenin
Foto Mathias Eis

Rasmus Munk posó para *Tapas* en Alchemist el 19 de marzo.

El próximo 18 de abril el cocinero danés Rasmus Munk (Randers, Jutlandia Central, 1991) cumplirá 33 años y ya está considerado como una de las más rutilantes estrellas del firmamento culinario internacional. En 2020, cinco meses después de abrir la segunda versión de su restaurante Alchemist –la primera abrió en 2015, pero sólo le permitía atender a quince comensales–, logró, de golpe, las dos estrellas Michelin que todavía atesora. En 2022 entró por primera vez, en el puesto 18º, en la lista de los *World's 50 Best Restaurants*, y el año pasado ascendió hasta la quinta posición... Heredero del espíritu de Ferran Adrià, este joven y prodigioso cocinero danés no sólo ha elaborado un complejo espectáculo gastronómico de cincuenta platos y casi seis horas de duración, sino que ha elevado aún más el listón de la cocina experimental, aupándola al terreno de lo holístico: "el todo es mayor que la suma de sus partes", como lo expresó, de forma concisa, Aristóteles.

Después de "El festín de Babette"

La capital de Dinamarca se ha convertido, contra todo pronóstico, en la nueva meca de la gastronomía mundial. Todo empezó en 2004, cuando los cocineros Claus Meyer y René Redzepi, cofundadores de Noma, redactaron el manifiesto *New Nordic Food* (nueva cocina escandinava). Incluía diez principios basados en los productos de proximidad, la estacionalidad y la sostenibilidad. Todo lo que conocíamos de la cocina danesa, hasta 1987, es que casi no existía, por culpa de una educación religiosa estricta. Esa era la tesis de una película, *El festín de Babette*, de Gabriel Axel, que ese año se alzó con el Óscar a la mejor película de habla no inglesa. La película nos situaba a finales del siglo XIX en un pequeño pueblo costero de la península de Jutlandia, regido por el estricto código moral del pietismo, uno de los movimientos espirituales del luteranismo, para el que cualquier placer es considerado pecaminoso, incluido el placer que podemos llegar a sentir al comer...

Sin llegar a esos extremos, Rasmus Munk nació y se crió en una pequeña ciudad interior de la misma península de Jutlandia descrita en la película, en un entorno familiar sin curiosidad gastronómica alguna. En conversación mantenida por videoconferencia, Munk admite que, de chaval, nunca había imaginado que terminaría siendo cocinero. "Todo sucedió, en realidad, por pura casualidad –explica–: uno de mis mejores amigos ya hacía sus pinitos con la cocina y me animó a apuntarme con él a la escuela culinaria. Yo no sabía nada del mundo de la cocina. Vengo de un ámbito rural y no crecí con una buena cultura alimentaria. Mis padres, de hecho, son muy malos en la cocina y eran muy conservadores en lo referente a la comida. Nunca pisamos un restaurante, salvo el McDonald's, donde, en cambio, íbamos todos los viernes".

HEREDERO DE FERRAN ADRIÀ, OFRECE UN ESPECTÁCULO DE 50 PLATOS Y CASI SEIS HORAS DE DURACIÓN

La historia de Munk es, por lo tanto, muy diferente de la de muchos grandes cocineros que siempre habían mostrado pasión y amor por la cocina o partían, en el peor de los casos, de algún tipo de conocimiento culinario previo antes de empezar a trabajar en el sector. Munk dice que entrar en la escuela de cocina le abrió completamente los ojos, "porque había tantos ingredientes que nunca había visto y tantos sabores que nunca había probado que mi impulso fue el aprender más sobre estas cosas. No soñaba con convertirme en un buen chef ni tenía especial ambición, porque tampoco sabía a lo que se podía llegar dentro de este campo".

La casualidad, que había intervenido en forma de ese amigo que le llevó a la escuela de cocina, apareció de nuevo en su vida: "al acabar los estudios, simplemente solicité trabajo en un restaurante de una ciudad muy pequeña, cercana a la mía. Ni siquiera era, en realidad, un restaurante: era una cantina que preparaba comida todos los días para 500 empleados de una siderurgia. Para mi fortuna, el dueño de la cantina era un antiguo cocinero con estrella Michelin de Copenhague y sabía cocinar correctamente la cocina clásica francesa. Me cambió la vida, ofreciéndome un panorama mucho más amplio para mí y para mi educación y mi oficio".

Es ahora, después de que se haya referido a la "cocina clásica francesa",

cuando le saco a colación la citada película, protagonizada en su último tercio de metraje por un extraordinario banquete francés decimonónico, para que nos explique qué significó para su país esa película. Aunque Munk nació cuatro años antes de que la película se estrenara, sí la ha visto. "No puedo recordar al 100% todo lo que se dice en la película, pero creo que después de ese filme hubo mucho más amor por la cocina y por servir un festín a los demás, y sirvió para cambiar muchas cosas. Los cocineros de mi generación oímos mucho a los de más edad referirse a esa película como una referencia, así que creo que es indudable que ha tenido un gran impacto, de muchas maneras, en la gastronomía danesa".

El espíritu de elBulli

Dejando a un lado el peso que pudo tener *El festín de Babette* en impulsar el interés por la cocina en la generación de sus padres, la referencia fundamental para Rasmus Munk fue otra, mucho más cercana a nosotros: Ferran Adrià... aunque Munk también llegara tarde para ser testigo directo de sus años de esplendor. "En 2011, cuando elBulli cerró sus puertas, yo era todavía un estudiante de cocina de 20 años. Había oído hablar de Ferran Adrià porque salió en la portada de una revista danesa, anunciándose que su restaurante, el mejor del mundo, iba a cerrar. A mí me pareció increíble. ¿Por qué cerraba? Por lo que leía me parecía un lugar adelantado a su tiempo. Llamé al restaurante para ver si podía conseguir una mesa, pero, por desgracia, no fue posible. Nunca tuve la oportunidad de probar la comida. Pero ya me había obsesionado y empecé a comprar todos los libros que hubiera, en español y catalán, sobre elBulli y Ferran Adrià y lo traducía todo con Google Translate, para tratar de averiguar todo lo posible sobre

"UNIMOS VARIOS CAMPOS ARTÍSTICOS PARA QUE ESTÉN PRESENTES EN TODA LA EXPERIENCIA"

las diferentes técnicas que estaban realizando y sobre el discurso que había detrás. Sólo contaba con mi imaginación, gracias a los libros que estaba leyendo, para pensar como había sido ese restaurante y cómo eran los sabores, pero considero que siempre he sido un gran fan de lo que hacían, especialmente de esa mentalidad de crear cosas nuevas y ser tan humildes y generosos como ellos son para compartirlas".

El encuentro con su mito se produjo años después. "Cuando abrimos Alchemist, cuatro o cinco meses más tarde, Ferran vino a cenar al restaurante y dijo unas palabras increíbles y hermosas sobre Alchemist: que había sido una de las mejores comidas que había tenido en mucho tiempo y que le había inspirado mucho. Tuvimos una charla después y me dijo también que sentía que era un regalo para elBulli, porque en Alchemist latía el espíritu de elBulli".

Ese mismo espíritu revivió por unos días a principios del pasado mes de febrero, cuando Rasmus Munk invitó a Albert Adrià a cocinar con él en su ya famoso simposio *Beyond the Plate* ("más allá del plato"), que en 2022 contó con el trabajo "a cuatro manos" de Rasmus Munk y Andoni Luis Aduriz, el dueño de Mugaritz. El simposio contó con la intervención de Ferran Adrià, celebrando el legado de elBulli. Las tres cenas de los días 2, 3 y 4 de febrero fueron creadas al alimón por Munk y Albert Adrià y sólo pudieron ser degustadas por 160 agraciados, que lograron su plaza en un sorteo, dada la alta demanda de solicitudes –¡cinco mil!– de gente dispuesta a pagar 2.000 euros por la experiencia, llegadas de todas partes del mundo.

Para el homenaje a elBulli, Munk se puso en contacto con Albert, que ya había visitado Alchemist en 2022. "Le mandé un mensaje de texto a Albert, diciéndole: 'Sé que estamos en dos niveles diferentes: tú estás en la cima, eres increíble y te honran en todo el mundo, y yo sólo un hombre pequeño, de Copenhague, que se siente muy inspirado por lo que hicisteis vosotros. ¿Hay alguna posibilidad de que podamos hacer un homenaje a elBulli y a su legado?'. Yo sentía que elBulli se merecía mucho más. Su mentalidad y su filosofía creo que es algo que también intentamos hacer en Alchemist. Así que pensé que podría ser un acontecimiento muy interesante. Y terminó siendo un evento muy, muy, muy agradable. Durante esos tres días reconstruimos el restaurante: cambiamos los espacios, hicimos nuevos contenidos para proyectar sobre la cúpula. Habíamos visitado el museo elBulli 1846 el año pasado para reproducir algunas de las cosas, en lo visual y en los salones. Y luego tuvimos a Albert Adrià, de Enigma, haciendo platos tanto de Enigma como del Alchemist y el equipo de Enigma hizo algunos de sus antiguos platos de autor de la época de elBulli. Ferran también participó, dándonos por las mañanas su opinión sobre el menú y sobre cómo podíamos cambiarlo, así que cada día cambiaba ligeramente, con pequeños cambios y ajustes". ➔

En el simposio previo a las tres cenas, Ferran dijo, como nos recuerda Munk, que "lo que estábamos haciendo era muy importante y que éramos el único restaurante de vanguardia en el mundo en este momento. Creo que son palabras muy grandes cuando vienen de él. Creo que estamos haciendo algo que es nuevo, al hacer que diferentes campos artísticos se unan y permitan que el marco artístico esté presente en toda la experiencia. No se trata sólo de sabores. No se trata sólo de los ingredientes, que son muy importantes, sino también de todos estos otros aspectos". Estos otros aspectos incluyen activismo: recordatorios comestibles (hechos con colágeno de pescado) de que el plástico está omnipresente, hasta en los mares, o vajillas realizadas con desechos recogidos de las playas. Platos con presentaciones estremecedoras, que hacen pensar en los perjuicios del tabaco o en el maltrato animal, o, incluso, en la explotación infantil.

"Con estos temas nos volvemos más... no voy a decir 'políticos', pero creo que es necesario mostrar nuestro punto de vista sobre circunstancias como el hambre en el tercer mundo. Al final, no hemos ganado cierta animadversión por parte de representantes muy altos de la gastronomía mundial, que piensan que un cocinero no tiene que hablar de

"EN MADRID, LO MÍNIMO SERÁ VISITAR DIVERXO. FERRAN TAMBIÉN ME HA HABLADO DE OSA"

esto... Hay un montón de opiniones sobre el mundo la comida y yo pienso que los cocineros son también como artistas, en el sentido de que yo siempre intento que haya una capa más profunda más allá de un buen oficio. Hay grandes artistas que entienden las técnicas de pintura los materiales que emplean, pero también tienen debajo capas de discurso para hablar del clima, de la diversidad, del hambre en el mundo o del trabajo infantil. Y yo me preguntaba, desde el mundo de la gastronomía, ¿por qué no puede un cocinero llevarlo al siguiente nivel? Me refiero a decir 'vale, podemos tocar este asunto en los restaurantes y podemos comunicarnos a través de la comida'. Quien viene aquí comparte algo más que buena comida. He querido hacer algo muy cultivador, tan cultivador como el arte y la música para comunicar cosas".

Munk predica con el ejemplo. Además del restaurante y del centro de innovación Spora –creado en 2023 para revolucionar la industria alimentaria mediante el reciclaje de desechos y el desarrollo de nuevas fuentes de proteínas– cuenta también con una fundación para ayudar a personas sin hogar. Y también se acabaron los malos modos y los gritos que él mismo sufrió en sus carnes cuando era todavía un aprendiz de cocinero. "Todo esto tiene que ser también sostenible para los empleados: nadie trabaja más de 48 horas a la semana y tienen sus complementos de pensiones y seguros de salud".

Para finalizar la entrevista, le pregunto al cocinero qué planes tiene para su estancia en Madrid, cuando venga a recibir el premio de *Tapas*. "No conozco el programa todavía al 100% pero, lógicamente, quiero encontrar los mejores lugares para comer; por supuesto, lo mínimo es visitar DiverXO, pero también tengo que probar algo más informal. Ferran me habló de un lugar que acaba de abrir recientemente, OSA, así que me gustaría ir allí. Yo llevo viniendo a España desde los 16 años, pero me he centrado en Barcelona, Bilbao y San Sebastián, así que ahora me toca probar las versiones que se hacen en Madrid".

EL TEATRO DE LOS SUEÑOS

Alchemist no es un simple restaurante. Su primera versión abrió en agosto de 2015 en el barrio de Østerbro, en Copenhague, y sólo tenía capacidad para quince comensales. Pero ya había llamado la atención de un hombre de negocios, Lars Seier Christensen, que ya era copropietario del restaurante Geranium, y decidió apostar plenamente por Munk: en diciembre de 2017 se cerró el primer establecimiento y se centró todo el esfuerzo en crear otro espacio, más grande –para 48 personas– y, sobre todo, mucho más ambicioso. El nuevo Alchemist es un auténtico teatro de los sueños, en el que Munk explora y explota toda la creatividad de la que es capaz para idear su concepto de "cocina holística". ¿Qué significa eso? Que cuando se atraviesan sus puertas nos adentramos en un espacio de varias salas, que ofrece una mezcla de exposiciones temporales de arte, música en directo, teatro culinario y, por encima de todo, comida sorprendente...

Rasmus es uno de los principales referentes de la vanguardia gastronómica.

ALGO HUELE BIEN EN DINAMARCA

Un abanico de mesas 'fine dining', conceptos 'casual', wine bars y maravillosas panaderías componen la geografía culinaria de Copenhague. ¿Cómo se ha conseguido construir en apenas dos décadas esta fascinante capital gastronómica?

Texto Marta Fernández Guadaño

Noma acaba de alargar hasta la primavera de 2025 su modelo actual .

Saca libreta y boli —o abre 'Notas' en tu iPhone— si planeas viajar próximamente a Copenhague. Un posible recorrido por la capital danesa podría arrancar con un café rápido en uno de sus muchos *specialty coffee*, como Coffee Collective, o con visita a una de las sedes de Hart Bageri, proyecto creado por el panadero Richard Hart —con René Redzepi (Noma) como socio—, donde es obligatorio disfrutar de un *cardamomo croissant*, sin olvidar maravillosas panaderías como Juno o Alice. A mediodía, puede tocar una fórmula relajada: burgers en Popl —hamburguesería de Grupo Noma— o Gasoline Grill, pizzas en Bæst o Surt, ramen en Slurp, tacos mexicanos en Hija de Sanchez, recetas coreanas en Juju o bocadillo de pollo frito en Poulette's.

Por la noche, hay espacios de alta cocina como Noma, Alchemist, Geranium, Kadeau, Koan, Jordnær o la barra japonesa Sushi Anaba. O, en su lugar, modelos estilo bistró como Barr, Iluka, Silberbauers, Admiralgade 26 o Bobe. O, por qué no, visitar un *wine bar* —¡vivan los vinos naturales!—: Ved Stranden 10, Propaganda, Lille Blaa, Bar'Vin, Gaarden & Gaden, Café Stjernen, Josephine o Janice. Si vas en verano, la tarde es para Rosforth & Rosfort, *wine shop* debajo de un puente donde el público prueba vinos a orillas de los canales del Báltico; o en La Banchina, con chapuzón en su pantalán.

Este listado de *tips* no es una agenda cualquiera; es la agenda de una vibrante urbe cuyo tirón gastronómico apenas suma dos décadas. Es resultado de una tormenta perfecta con estos ingredientes: carisma de Redzepi, apoyo del Gobierno local, talento de un puñado de chefs —algunos brillantes como Rasmus Munk—, un inversor dispuesto a financiar macroproyectos culinarios y cantera de talento que no para de emprender (incluso en *startups*).

REDZEPI, EL LÍDER

La despensa es limitada debido a un clima marcado por el largo invierno y las escasas horas de luz buena parte del año. Su tradición culinaria no se apoya en una variedad de recetas regionales, con el *smørrebrød* —tosta de pan con encurtidos y pescado ahumado— como 'plato' típico danés. Pero, hace un par de décadas, un tal René Redzepi se empeñó en buscar la identidad nacional a través de la mesa y no solo dio a luz el restaurante Noma, sino que provocó un movimiento bautizado como "Nueva Cocina Nórdica".

Cuenta la leyenda sectorial que esa escuela, a la que se llegó a achacar nacionalismo culinario, se inspiró filosóficamente en la "Nueva Cocina Vasca", que incluso los daneses pidieron el manifiesto con el que Juan Mari Arzak y Pedro Subijana constituyeron su movimiento en los setenta para elaborar su propio documento.

Redzepi fue su líder con una premisa que era, en realidad, un desafío creativo: ¿cómo de brillantes podían ser los chefs de Escandinavia si limitaban sus propuestas de *fine dining* a la despensa terrestre y marina de Dinamarca, Suecia, Noruega, Finlandia, Islandia, Feroe e, incluso, Groenlandia? Esa tesis contaba con un aliado: la inversión que gobiernos de la región como el danés estaban dispuestos a aportar para dar visibilidad y promocionar a sus cocineros. En ese contexto, Redzepi y sus colegas comenzaron a viajar a congresos gastronómicos internacionales. Esa estrategia, replicada en otros puntos del mundo, funcionó a la perfección. No hay tantos chefs carismáticos como lo era y es Redzepi, pero tampoco ninguna ciudad del mundo salvo Copenhague ha logrado tener a dos restaurantes diferentes en el primer puesto de *The World's 50 Best Restaurants*: Noma lo ocupó cinco veces, empatando con elBulli, y Geranium una.

Cofundado en 2023 por Redzepi y Claus Meyer —empresario de hostelería con su propia cadena de locales—, en el anti- →

HACE UN PAR DE DÉCADAS, REDZEPI SE EMPEÑÓ EN BUSCAR LA IDENTIDAD NACIONAL A TRAVÉS DE LA MESA

René Redzepi (en el centro) y el equipo de Noma con algunos de sus fermentados.

Rasmus Kofoed llevó Geranium al número 1 de '50 Best' en 2022. Una panadería Hart Bageri. Nicolai Nørregaard, chef de Kadeu. La barra del disruptivo Popl.

guo Puerto de Copenhague y trasladado en 2018 a lo que fue un depósito de minas en Nordatlantens Brygge, Noma (acrónimo de *nordisk mad*, 'comida danesa') logró algo mucho más potente: si España había puesto en jaque a Francia gracias a la rotundidad de un personaje como Ferran Adrià, Redzepi —que admite que su paso un verano por elBulli marcó definitivamente su forma de ver el oficio— empujó a la cocina escandinava a competir con la española. Con elBulli aún abierto, Noma le superó en *50 Best* en 2010 y 2011.

"EFECTO NOMA", HOY

En medio, una probable paradoja: ¿no ha sido todavía mayor la influencia de Noma estos últimos años? Son muchos los jóvenes y no tan jóvenes españoles que replican ahora mismo la estética del espacio danés en el plato, el uso de vegetales, las vajillas artesanales, ¡los pinchos hechos con ramas de madera!, el punto salvaje —piezas de caza presentadas enteras, incluso con plumas— o hasta las mantas en las sillas.

Por no hablar de los fermentados, que Redzepi y su equipo comenzaron a usar hacedos décadas como método de conservación de productos para aprovisionarse para el invierno. Eso generó nuevos ingredientes que hoy aderezan los platos de Noma y, a la vez, embotellan a través de Noma Projects para su venta para el hogar. Koji, misos, garum, kombuchas... *The Noma Guide to Fermentation* (2018) es un manual superventas seguido por colegas de todo el mundo. ¿Acaso eso no es crear tendencia global?

Reconocido el "efecto Redzepi", hay algo mucho más poderoso y es que Noma actuó como incubadora de talento y posicionó Copenhague —una tranquila y preciosa ciudad de 650.000 habitantes— como una de las capitales más trepidantes del mapa gastronómico global. En parte, gracias a pistas de su propia cantera. Noma and The Extended Family es el conglomerado empresarial donde el chef y sus socios —Peter Kreiner, Thomas Frebel y Kristian Byrge— incluyen proyectos como Barr y Popl —ambos en la zona que el antiguo Noma revitalizó— y otros a los que apoyan "de diferentes formas", como las panaderías Hart Bageri o Sanchez e Hija de Sanchez, de la chef Rossio Sanchez.

GRANDES NOMBRES DEL 'FINE DINING'

En ese caldo de cultivo, Copenhague luce un diversificado abanico de negocios interesantes, como las direcciones de nuestra agenda inicial y algunos *big names*. Ya no todo es "Nueva Cocina Nordica", pues han surgido propuestas con personalidad tan potente como la de Rasmus Munk en el inconmensurable Alchemist. El *Tapas Chef of the Year* 2024 tiene como aliado a Lars Seier Christensen, uno de los principales empresarios de Dinamarca que, vía su *family office* Seier Capital, también es socio de Geranium, proyecto de Rasmus Kofoed y el sumiller Soren Ledet en el último piso del Estadio Nacional de Fútbol. Si Munk es trangresor, Kofoed es ortodoxo y clásico —ha coronado a Dinamarca varias veces en el Bocuse d'Or—. Por cierto, Alchemist se ubica a 10 minutos a pie de Noma en Refshaleøen, antiguo distrito industrial que hoy incuba innovadores proyectos.

El 'quién es quién' del *fine dining* debe completarse con Kadeau, del chef Nicolai Nørregaard, Rasmus Kofoed y Magnus Kofoed. Amigos de la infancia, emprendieron, primero (2007), en la isla de Bornholm, donde una especie de chiringuito en la playa es obligatoria mesa de alta cocina. En 2011, abrieron segunda sede en Copenhague, dos estrellas Michelin y puesto 91 en el Top 100 de *50 Best*. Viajar a Copenhague también exige cruzar el puente-túnel de Oresund para escaparse —a hora y media— a la punta más oriental del sur de Suecia: con Vyn, espacio de alta cocina, hotel boutique y *wine bar*, ha regresado Daniel Berlin, uno de los mejores chefs de Escandinavia.

Entre proyectos recientes, está Koan, recién biestrellado del coreano Kristian Baumann, que emprendió primero con Juju tras trabajar en 108 (Grupo Noma), ya cerrado. Porque la ciudad también ha vivido cierres, como Amass, o reinvenciones de chefs: Bo Bech ha vuelto con Bobe y Christian Puglisi, ex Noma que tras cerrar Relæ ha transformado la panadería Mirabelle en *trattoria* con el apellido Spiserìa.

¿Hay todavía proyección para Copenhague? Sin duda, hay margen para atraer *foodies* viajeros. Noma acaba de alargar hasta la primavera de 2025 su modelo actual para el que Redzepi promete cambio. "Dejará de ser Noma tal como lo conocemos", avanza.

NOMA AND THE EXTENDED FAMILY ES EL CONGLOMERADO EMPRESARIAL DONDE REDZEPI Y SUS SOCIOS INCLUYEN PROYECTOS A LOS QUE APOYAN

LOS 25 MEJORES HOTELES GASTRO

Aunque no lo creas, hay quien todavía piensa que un hotel es un lugar al que uno va a pernoctar. Se nota que quien eso afirma es poco amante de la buena mesa, porque a día de hoy algunas de las mejores cocinas del país se encuentran en hoteles no menos destacados. Este mes os traemos 25 hoteles gastronómicos para disfrutar a cama y mantel.

Desde su apertura en 1986, Atrio revolucionó la vida cultural de Cáceres.

ABADÍA RETUERTA LE DOMAINE
N-122, km 332,5
Retuerta (Valladolid)

Una antigua abadía románica del siglo XII, reconvertida en un destino hostelero de lujo en pleno valle del Duero. Con bodega propia, su restaurante Refectorio cuenta con una estrella Michelin y dos Soles Repsol, que han premiado una carta diseñada por Marc Segarra, de base clásica pero que derrocha vanguardia y personalidad, veterano de Mugaritz y El Celler de Can Roca.

AKELARRE
Padre Orcolaga, 56 (Igueldo)
San Sebastián (Guipuzcoa)

No se puede decir más: en Akelarre primero fue el restaurante, propiedad del reconocidísimo cocinero Pedro Subijana (tres estrellas Michelin, desde 2007), y luego fue el hotel. Vas a dormir de lujo, al borde de un acantilado sobre el Cantábrico, pero la experiencia gastronómica es inenarrable e indescriptible, con dos menús degustación (Aranori y Bekarki) completamente diferentes.

ALMA
Beloso Bajo, 11
31006 Pamplona (Navarra)

El restaurante del Hotel Alma, en Pamplona, vive un momento dulce. En 2023 recibió su primer Sol Repsol. Dirigido por el cocinero Leandro Gil, su propuesta culinaria se basa en tres grandes bloques: los guisos más tradicionales, las verduras de la ribera y las carnes y pescados cocinados a la brasa (¡y el pan casero!, elaborado en su propio obrador). Leandro Gil se ha dedicado a profundizar en la tradición culinaria navarra para refinarla al estilo del siglo XXI. Y aunque no ganó el concurso de la "mejor croqueta del año" de Madrid Fusión, quedó entre los cinco finalistas.

ARTS BARCELONA
Marina 19-21
08005 Barcelona

La oferta gastronómica de este rascacielos es amplísima: Bites, de cocina ligera y saludable, a cualquier hora del día; Lokal, que presume de ofrecer los mejores desayunos de Barcelona; Roka, un restaurante japonés de cocina robatayaki; The Pantry, un restaurante speakeasy; y la Enoteca Paco Pérez: dos estrellas Michelin a cargo de un chef con que tiene, en total, cinco...

ATRIO
Pl. de San Mateo, 1
10003 Cáceres

Situado en el Cáceres medieval, Atrio es un lujo en todos los sentidos. Las tres estrellas Michelin de Toño Pérez lo dicen todo, pero la esmerada atención al cliente de José Polo hacen que uno se sienta especial. ¡Y qué decir de su bodega! Entre sus 40.000 botellas hay cosechas que ni se imaginan, incluidos cinco ejemplares de189, que nos revelan lo exclusivo de su oferta.

CONDES DE BARCELONA
Passeig de Gràcia, 73
08008 Barcelona

Localizado frente a La Pedrera de Gaudí, el hotel no puede estar en mejor zona de Barcelona y cuenta con un servicio de catering a cargo del mayor coleccionista de estrellas Michelin y Soles Repsol del país, el mismísimo Martín Berasategui, con doce de cada. Su equipo se encarga de crear una propuesta gastronómica que refleja la esencia de la cocina del que es, hoy por hoy, el más grande.

ECHAURREN
Padre José García 19
26280 Ezcaray (La Rioja)

En 2023 se cumplieron 125 años del mesón, despacho de diligencias y fonda fundada en Ezcaray por Pedro Echaurren y Andrea García. Cinco generaciones se han encargado de servir a sus clientes (la sexta ya se está formando) a los que hoy ofrecen un hotel y cuatro restaurantes. Uno de ellos, El Portal de Echaurren, cuenta con dos estrellas Michelin y tres Soles Repsol.

IBIZA GRAN HOTEL
Passeig Joan Carles I, 17
07800 Ibiza

Uno de los hoteles de cinco estrellas gran lujo de España, es también uno de los mejores hoteles gastronómicos de la península Ibérica, con una selección de restaurantes locales e internacionales de alta cocina. Uno de ellos, La Gaia by **Óscar Molina**, es el primer restaurante de hotel en la isla en hacerse con la codiciada de estrella Michelin –además de ostentar dos Soles Repsol–, y en él combina creatividad y tradición con productos de proximidad.

Ibiza Gran Hotel acoge el restaurante La Gaia by Óscar Molina.

GRAN MELIÁ SANCTI PETRI
Amilcar Barca, s/n
Chiclana de la Frontera (Cádiz)

Inaugurado en 1999, el Hotel Palacio de Sancti Petri es un establecimiento de lujo situado frente a la playa de la Barrosa, que cuenta con un restaurante con una estrella Michelin y un Sol Repsol, Alevante, con una carta incomparable diseñada por **Ángel León**, con la colaboración de su jefe de cocina, **Cristian Rodríguez**.

IBEROSTAR SELECTION ANDALUCÍA PLAYA
C/ Amilcar Barca, s/n
Chiclana de la Frontera (Cádiz)

El hotel dispone de un club de golf de 36 hoyos diseñados por el mismísimo Severiano Ballesteros. Y en su restaurante Cataria, con un Sol Repsol, se puede disfrutar de un menú degustación de nueve platos, diseñado por los cocineros **Pablo Vicari** y **Aitor Arregi** (una estrella Michelin en Elkano), que cambia según el pescado fresco que llega a las lonjas locales.

IRIARTE JAUREGIA
Eliz Bailara 8
Bidania-Goiatz (Guipúzcoa)

Situado a media hora de San Sebastián, en un hermoso valle, este encantador hotel cuenta con dos restaurantes. Uno de ellos, Bailara, dirigido por el cocinero mexicano **Enrique Fleischmann** –que ha aprendido de los mejores: Juan Mari Arzak, Paul Bocusse y Pedro Subijana, y que ahora es profesor del Basque Culinary Center–, es una perfecta combinación de tradición y vanguardia.

LERA
Conquistadores Zamoranos, s/n
Castroverde de Campos (Zamora)

El restaurante hotel Lera se fundó hace 51 años. De la casa de comidas inicial se ha pasado a un hotel gastronómico dedicado a redescubrir la cocina tradicional castellana (lo que en su zona, Tierra de Campos, implica caza: hasta doce aves diferentes en su menú) con el estilo personal de **Luis Alberto Lera**, que le han hecho merecedor de una estrella Michelin y dos Soles.

LES COLS PAVELLONS
Lloc Mas les Cols, 2
17800 Olot (Gerona)

La cocinera **Fina Puigdevall** es la propietaria, desde mayo de 1990, de los cinco pabellones de descanso y el restaurante Les Cols, con dos estrellas Michelin. Este último se encuentra en la misma masía en la que nació y creció. Su cocina se basa en la huerta tradicional de la comarca, La Garrocha, como el alforfón, el averío de payés, las judías de Santa Pau, ratafía, el cerdo y los embutidos.

MAS SALAGROS ECORESORT
Riera de Vallromanes, s/n
Vallromanes (Barcelona)

Mas Salagros es un hotel 100% ecológico situado a diez minutos en coche de La Roca Village o las playas de El Masnou. Su gastronomía también es ecológica y de proximidad: en el Restaurant 1497, recientemente galardonado con un Sol Repsol, se puede disfrutar la más alta cocina mediterránea en tres menús degustación: 1497, Slow y Vegano, con productos de su propia huerta.

MIGJORN HOTEL
carrer de les Begónies 18
Sant Josep de sa Talailla (Ibiza)

El cocinero francés **David Grussaute** es el jefe del UNIC, ubicado en el hotel Migjorn. Grussaute llegó a Ibiza en 1997 y se enamoró de la isla. En 2008 se incorporó al proyecto de Alicia Reina y José Riera para realizar su cocina de kilómetro cero y toques arriesgados (se formó en Burdeos, en la misma escuela que Alain Ducasse), que incluyen el uso de la posidonia como ingrediente.

MOLINO DE ALCUNEZA
Ctra. Alboreca, km. 0,5
Alcuneza (Guadalajara)

Con apenas 17 habitaciones, este pequeño hotel gastronómico, situado en un antiguo molino harinero del siglo XV, ofrece una refinada cocina de territorio a cargo del cocinero **Samuel Moreno**: guisos, estofados y escabeches, basados en ingredientes como la caza, las setas, los espárragos, la careta de cerdo o las mollejas de lechal (¡y siete tipos de pan artesano de elaboración propia!).

JW MARRIOTT HOTEL
C/ Sevilla, 2
Madrid

QÚ by **Mario Sandoval** (cocinero que tiene dos estrellas Michelin y tres Soles Repsol en su establecimiento de referencia, Coque) abrió hace un año y es el restaurante gastronómico de este complejo hostelero situado en pleno corazón de Madrid, junto a la plaza de Canalejas, con una propuesta cien por cien española. Cuenta con la colaboración de otro monstruo de los fogones, **Íñigo Rodríguez**, formado en elBulli, Mugaritz y Asal, en Ibiza.

Qú by Mario Sandoval es uno de los encantos que esconde el JW Marriot.

MONUMENT
Passeig de Gràcia, 75
Barcelona

Ubicado en un palacete premodernista del corazón de Barcelona, la gastronomía es una de las principales apuestas "monumentales": aquí están cuatro de las doce estrellas Michelin de **Martín Berasategui**, tres en Lasarte (el primer restaurante de Barcelona en lograrlas, en 2017) y una más en Oria. Cocina de autor o cocina de inspiración mediterránea, respectivamente.

PREDI HOTEL SON JAUMELL
Cala Mesquida, km. 1
Capdepera (Mallorca)

Se encuentra en un edificio restaurado del siglo XVIII rodeado de un bosque de encinas, garrigas y pinares. Su restaurante Senzill, junto a la piscina, es merecedor de una estrella Michelin, con una carta mallorquina creada por el joven cocinero **Andreu Genestra**: platos frescos con pescados directamente llegados de la lonja, carnes locales, arroces y platos veganos.

PUENTE ROMANO BEACH RESORT
Bulevar Príncipe Alfonso von Hohenlohe s/n
29602 Marbella (Málaga)

Este impresionante complejo hotelero marbellí, un auténtico pueblo blanco andaluz en sí mismo, dispone de más de veinte restaurantes y bares, en los que darse un paseo culinario por cualquier lugar del mundo: delicias peruanas en Coya, lo mejor del mar en Sea Grill, el sabor de Grecia en Gaia, la cocina de brasas de Dani García en Leña Marbella, o la esencia italiana en Cipriani. otra de sus grandes estrellas es, sin duda, Nobu, con la mezcla de cocinas peruana y japonesa que es ya seña de identidad del célebre cocinero japonés Nobu Matsuhisa, aunque sin olvidar el toque andaluz.

THE RITZ CARLTON ABAMA
María Zambrano, 2
Ísora (Tenerife)

Con 462 habitaciones de lujo y un circuito de golf de 18 hoyos, no nos sorprende que también ofrezca la mejor cocina, en seis restaurantes. **Martín Berasategui** diseña los menús de dos de ellos: Txoko y M.B. (en este último están dos de sus doce estrellas), mientras que el cocinero surcoreano **Akira Back** (que tiene una estrella Michelin) ha abierto aquí una de sus sucursales.

ÚNICO
C/ Claudio Coello 67
Madrid

Situado en un elegante edificio del barrio de Salamanca que data del siglo XIX, Único es un exquisito hotel boutique de 44 habitaciones, que cuenta con un restaurante, RFXM, situado junto al "jardín secreto" del hotel y dirigido por el cocinero barcelonés **Ramón Freixa**, ganador de dos estrellas Michelin y tres Soles Repsol. La propuesta de Freixa se basa en el producto y la excelencia.

ÚRSO HOTEL & SPA
C/ Mejía Lequerica, 8
Madrid

Inaugurado en agosto de 2014, URSO es el primer hotel boutique de cinco estrellas Madrid. Situado en un enclave privilegiado, en el barrio de Salesas, integra el carácter señorial de la arquitectura burguesa con la modernidad y el confort que se espera en un alojamiento del siglo XXI, con una apuesta gastronómica imbatible que actualmente protagoniza el restaurante Casa Felisa.

VALDEPALACIOS
Crtra. CM-4100, km. 9
Torrico (Toledo)

Es el único hotel 5 estrellas Gran Lujo de campo que tenemos en España. Su restaurante se llama Tierra porque se encuentra en una finca de 600 hectáreas en plena naturaleza. Su cocina, dirigida por el cocinero **David Muñoz** (no, no es el de DiverXO) recorre la tradición gastronómica local, con productos de cultivo propio o silvestre y pescados y mariscos de las mejores lonjas.

VILLA MAGNA
P. de la Castellana, 22
28046 Madrid

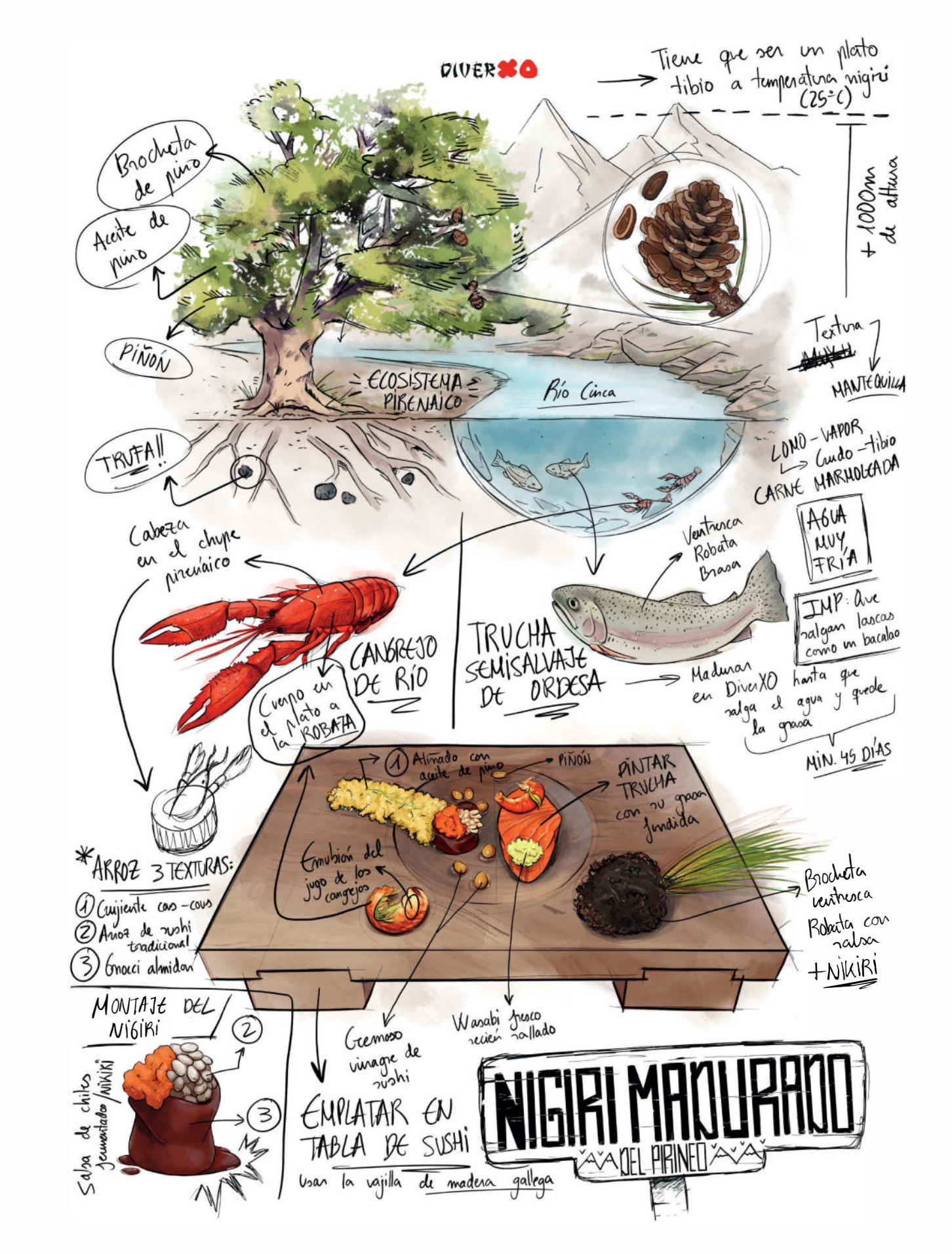
La remodelación a la que se sometió recientemente el hotel Rosewood Villa Magna le ha convertido en un destino fundamental del lujo madrileño. Y eso también sirve para su oferta gastronómica, ya que cuenta en sus instalaciones con dos restaurantes verdaderamente grandes para deleite de sus visitantes: Amós by **Jesús Sánchez** (tres estrellas Michelin en su Cenador de Amós) y Las Brasas de Castellana, de **Amalio Prados**, una propuesta más tradicional.

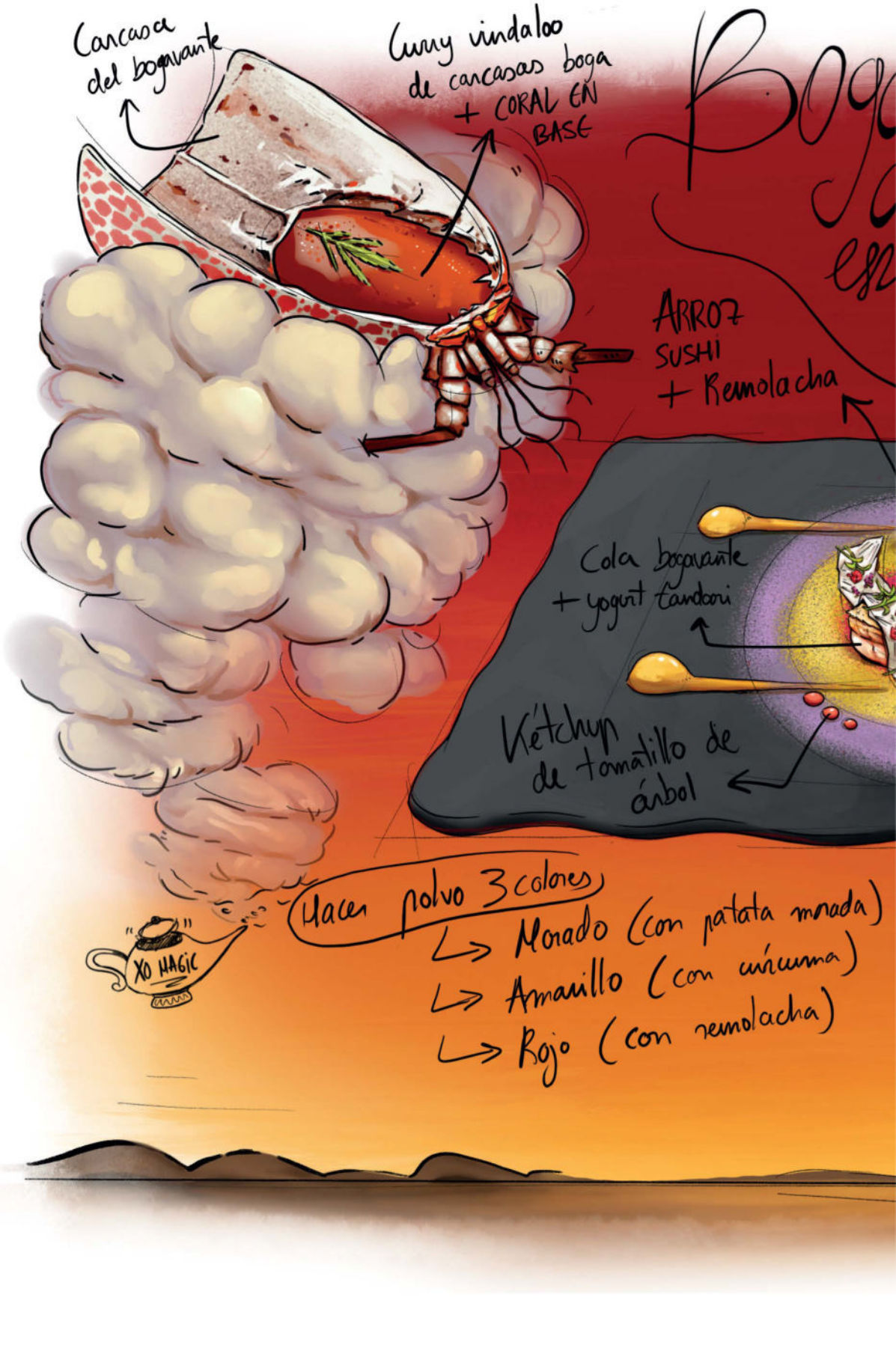
Nobu destaca entre la veintena de restaurantes del complejo Puente Romano.

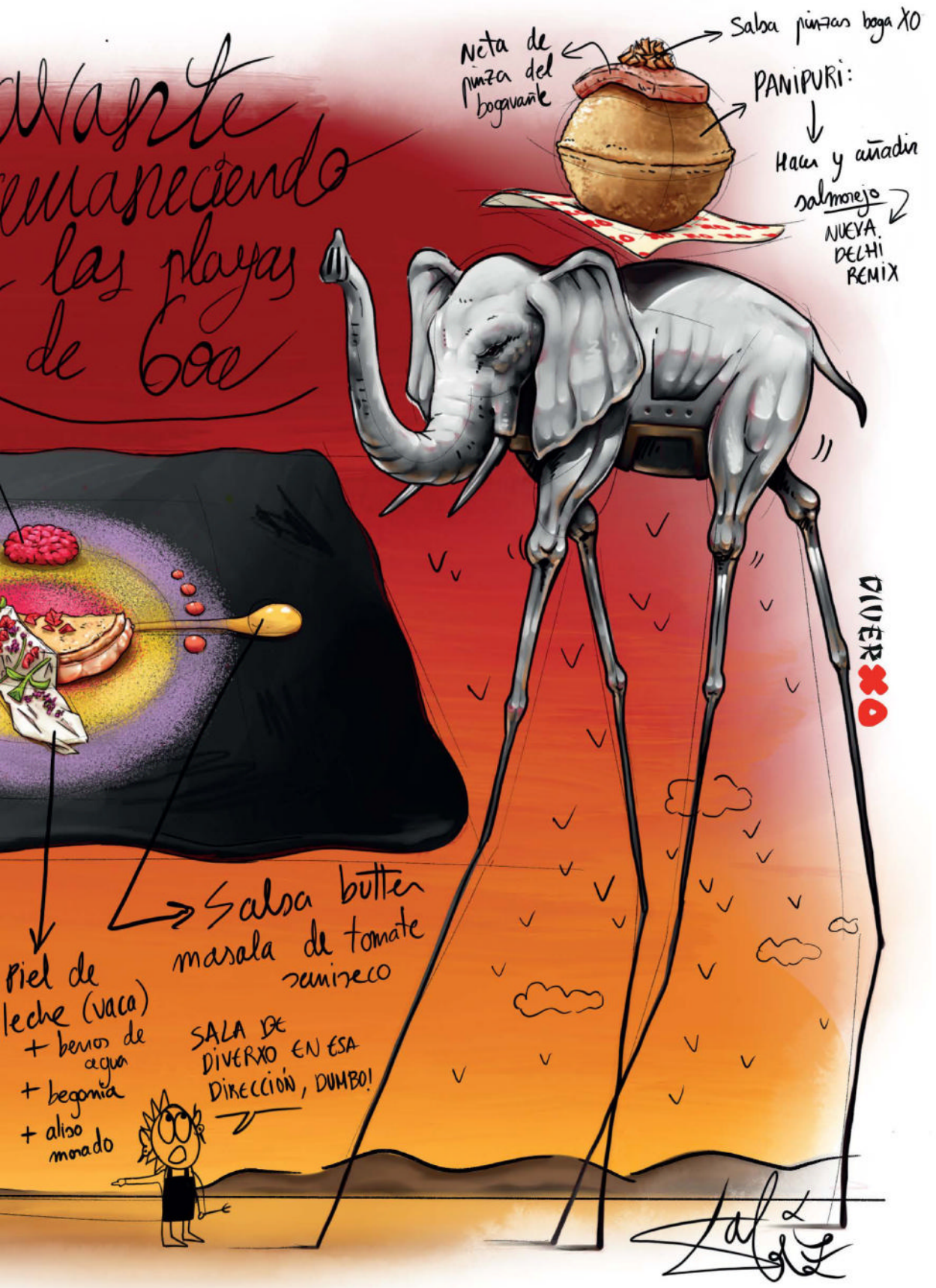
APUNTES DE LA DIVERXIDAD

Las recetas de **Dabiz Muñoz** pueden superar la treintena de ingredientes y elaboraciones. ¿Cómo se le explica eso a un comensal y se le transmite todo el proceso creativo?

Texto Javier Márquez Sánchez


DIVERXO
Tiene que ser un plato tibio a temperatura nigiri (25ºC)
+1000m de altura
Brocheta de pino
Aceite de pino
PIÑÓN
TRUFA!!
ECOSISTEMA PIRENAICO
Río Cinca
Textura
MANTEQUILLA
LOMO - VAPOR
Crudo - tibio
CARNE MARMOLEADA
AGUA MUY FRÍA
IMP: Que salgan lascas como un bacalao
Cabeza en el chupe pirenáico
CANGREJO DE RÍO
Cuerpo en el plato a la ROBATA
Ventresca Robata Brasa
TRUCHA SEMISALVAJE DE ORDESA
Madurar en DiverXO hasta que salga el agua y quede la grasa
MIN. 45 DÍAS
1 Atinado con aceite de pino
PIÑÓN
PINTAR TRUCHA con su grasa fundida
Emulsión del jugo de los cangrejos
Brocheta ventresca Robata con salsa +NIKIRI
*ARROZ 3 TEXTURAS:
1 Crujiente cous-cous
2 Arroz de sushi tradicional
3 Gnocci almidón
MONTAJE DEL NIGIRI
2
3
Salsa de chiles fermentados /NIKIRI
Cremoso vinagre de sushi
Wasabi fresco recién rallado
EMPLATAR EN TABLA DE SUSHI
Usar la vajilla de madera gallega
NIGIRI MANURANO
DEL PIRINEO


Carcasa del bogavante
Curry vindaloo de carcasas boga + CORAL EN BASE
Boga
ARROZ SUSHI + Remolacha
Cola bogavante + yogurt tandoori
Kétchup de tomatillo de árbol
XO MAGIC
Hacer polvo 3 colores
↳ Morado (con patata morada)
↳ Amarillo (con cúrcuma)
↳ Rojo (con remolacha)


Salsa pinzas boga XO
Neta de pinza del bogavante
PANIPURI:
Hacer y añadir salmorejo
NUEVA DELHI REMIX
DIVERXO
Salsa butter masala de tomate semiseco
Piel de leche (vaca)
+ berros de agua
+ begonia
+ aliso morado
SALA DE DIVERXO EN ESA DIRECCIÓN, DUMBO!

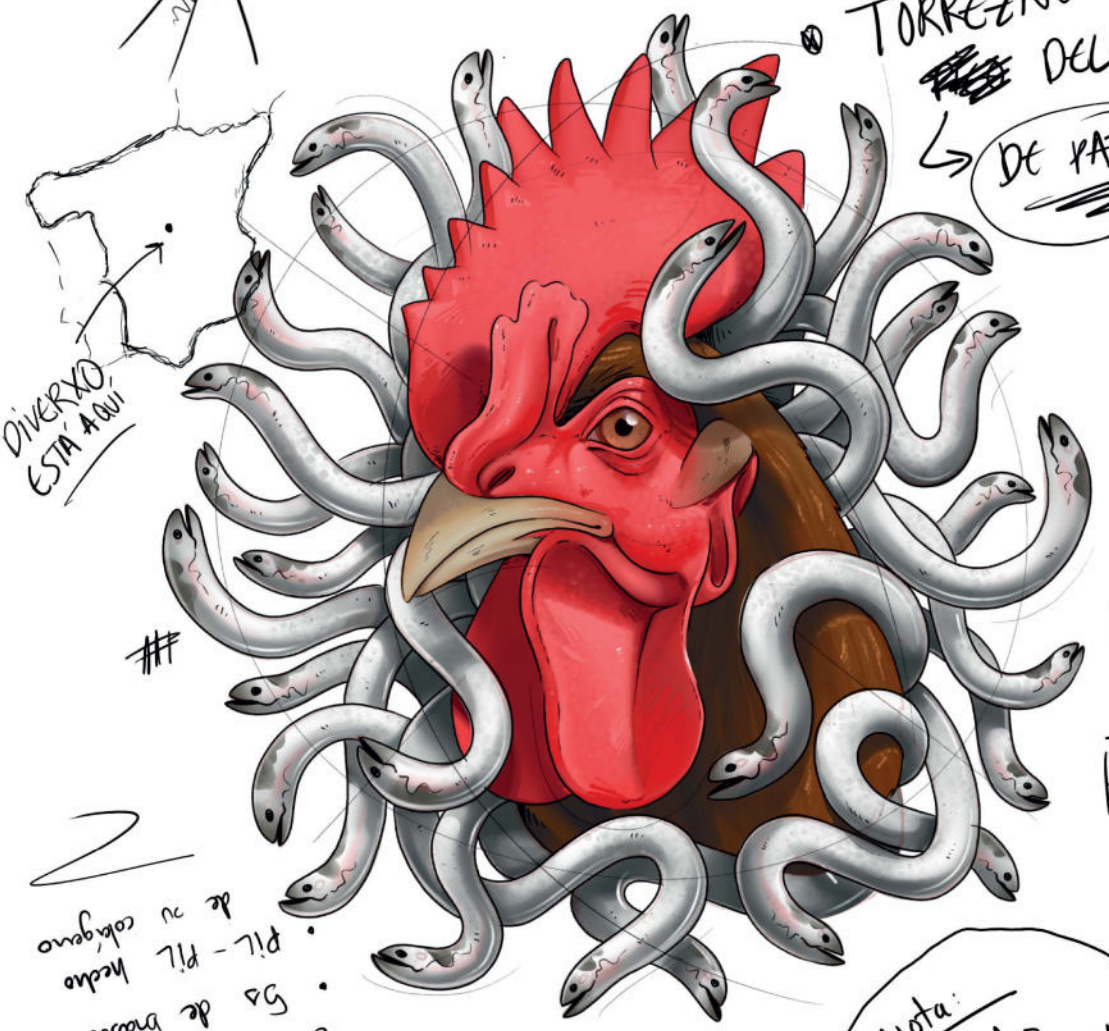
DIVERXO

GALLO

CANTABRIC ICONS

Y OLÉ!!!

- MUSLO ESTOFADO EN PROPIO JUGO
- TORREZNO CRUJIENTE DEL GALLO
  - DE PATA



DIVERXO ESTÁ AQUÍ

Textura del muslo de gallo muy atenuada

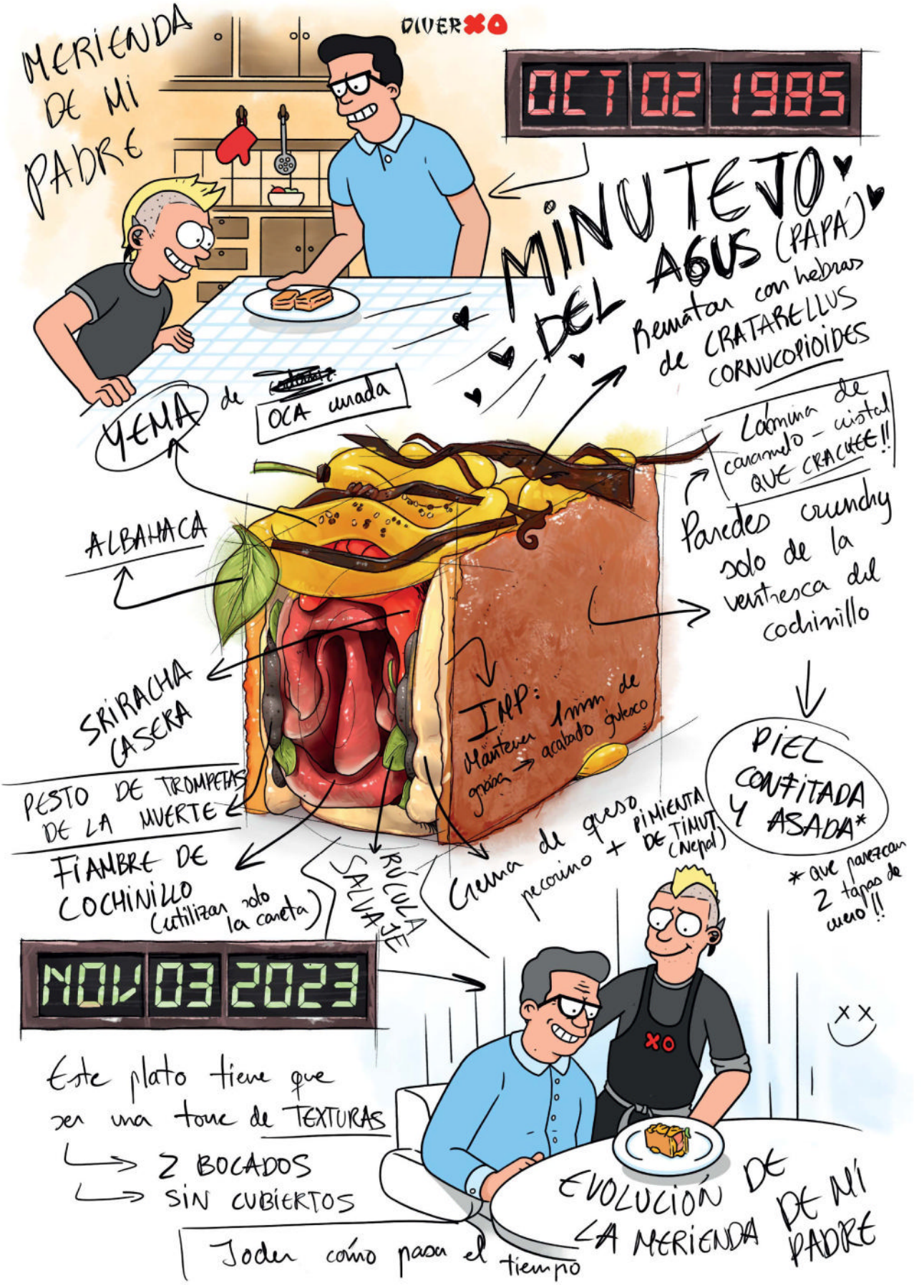
ANGULAS:

- A la PARRILLA (Pil-Pil)
- Descongelado a -60°C
- Cubrir la base con dos rocíos de Baja de brasa
- Pil-Pil hecho de su cabezeno

Nota:

Solo van las ESPINACAS PRESALÉ de OLETARIA!!

- Más jodadas
- Solo pasar al WOK


MERIENDA DE MI PADRE
DIVERXO
OCT 02 1985
MINUTEJO DEL AGUS (PAPÁ)
Rematar con hebras de CRATARELLUS CORNUCOPIOIDES
YEMA de OCA curada
Lámina de caramelo - cristal QUE CRACKEE!!
ALBAHACA
Paredes crunchy solo de la ventresca del cochinillo
SRIRACHA CASERA
PESTO DE TROMPETAS DE LA MUERTE
IAP: Mantener 1mm de grasa → acabado gulasco
PIEL CONFITADA Y ASADA*
* que parezcan 2 tapas de cuero!!
FIAMBRE DE COCHINILLO (utilizar solo la careta)
RÚCULA SALVAJE
Crema de queso pecorino + PIMIENTA DE TIMUT (Nepal)
NOV 03 2023
Este plato tiene que ser una toma de TEXTURAS
→ 2 BOCADOS
→ SIN CUBIERTOS
Joder cómo pasa el tiempo
EVOLUCIÓN DE LA MERIENDA DE MI PADRE

DIVERXO

EDADES DE LA MERLUZA

UTILIZAR VAJILLA JAPONESA DE HARANIYA (maestro Terauchi)

PIJOTA / CARIOCA

→ Lomo carioca marcado al wok + espina y cabeza fritas como crustal

Se alimenta de moluscos y crustáceos pequeños

3 – 4 MESES

→ CARNE + SABROSA

PESCADILLA

* Poner la vejiga en vinagre—textura

→ Salsa con acidez de un ají amarillo y mantequilla tostada

SALSA MENIÈRE XO

2 años

TEXTURA SEMIESPUMOSA

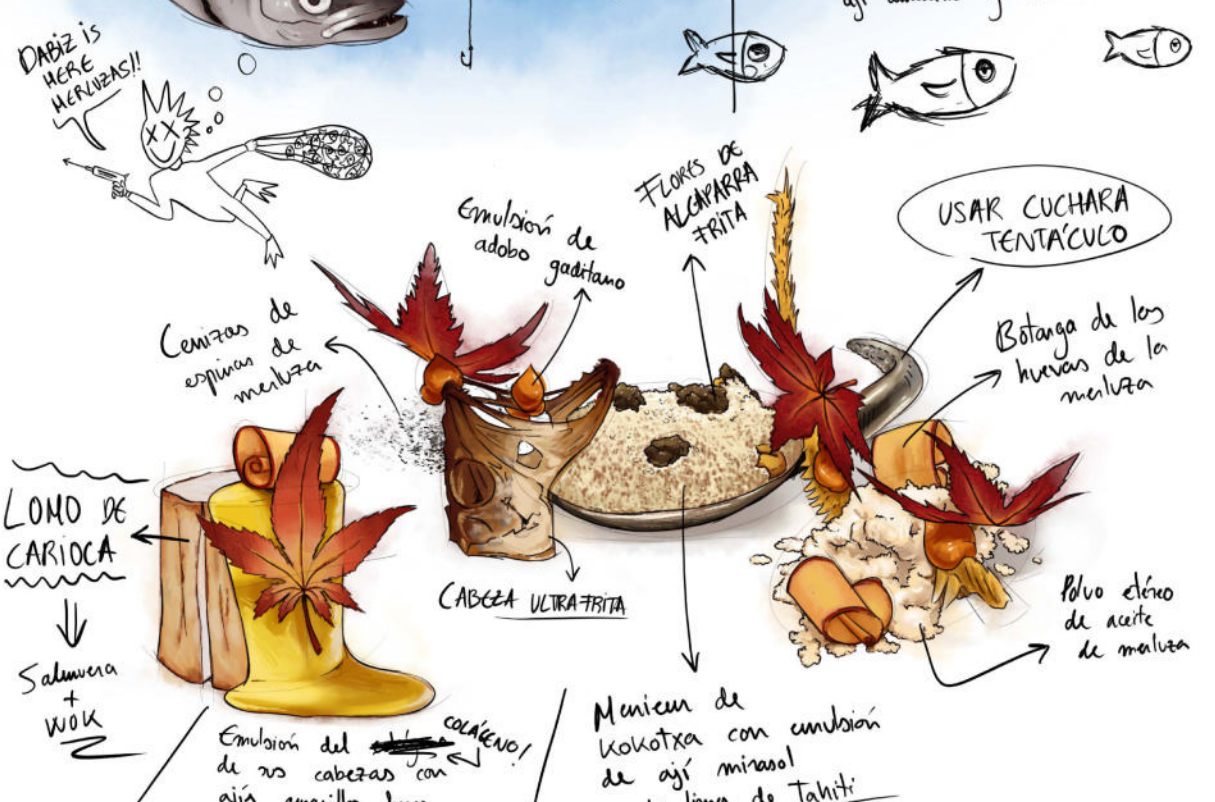
MERLUZA

8 – 10 años

→ Aprovechar colágeno de la merluza grande para pil-pil de ají amarillo y huacatai

EMULSIÓN DE CABEZA Y HUEVAS

DABIZ IS HERE MERLUZAS!!



FABES
conseguir las de COLUNGA
DIVER
SUDACHI TOSTADO
(4 o 5 gotas en la olla)
* GUISO DE FONDO DE OLLA !!!
La mejor parte de un guiso hecho al rescoldo
es la parte que queda en el fondo de la olla
PATA DE GALLO TORREZNO
N: 1, 3 y 5
Fabes de Rendes
es una beurre blanc de su propia emulsión
N: 2 y 4
Guiso de gallo de Mos con epazote. MUY MUY REDUCIDO
PARTES NOBLES DEL GALLO
- tostado
- caramelizado
Concentración de azúcares. Melosidad en los productos manteniendo la textura del gallo
ACELGA PASADA DE COCCIÓN
SABOR POTENCIADO
Aceite de chiles tostados
*AÑADIR CREMOSO DE CALAMANSI (3/4 GOTAS AMARILLAS)
Aceite de cebollino chino
FABA #1
BEURRE BLANC de emulsión de las fabes
Cenizas de hojas de maíz
MOLE DE OAXAKA
CRESTA DE GALLO DE MOS
BEURRE BLANC de emulsión de fabes
FABA #2
MOLE DE OAXAKA
CONTRAMUSLO DE GALLO DE MOS
Brote de cilantro
FABA #3
TACO DE MAÍZ ASTURIANO NIXTAMALIZADO
FLORES DE CALABAZA Y FLORES DE JARDÍN ACIDULADAS Y EN ESCABECHE
TACO PARA REBAÑAR !!!
GALLO DE MOS
JMP: Pedir sólo el de María !!
→ Proteína | único | poca grasa | mucho colágeno
→ Carne roja como ternera

DIVERXO

ANARCHY MIXO

TEXTURAS : SEDOSA, FUNDENTE, CARNOSA

LENGUA DE ERIZO DE MAR, ACEITE DE

INICIO : GAZPACHO DE

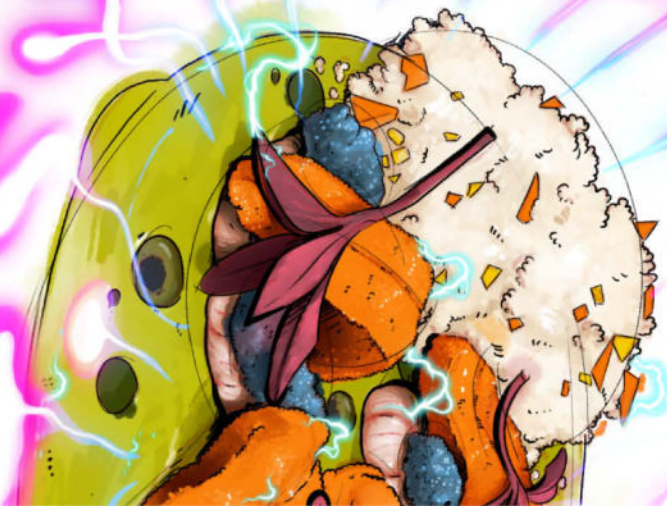
SENSACIONES : PUNZAN

CACAO ,

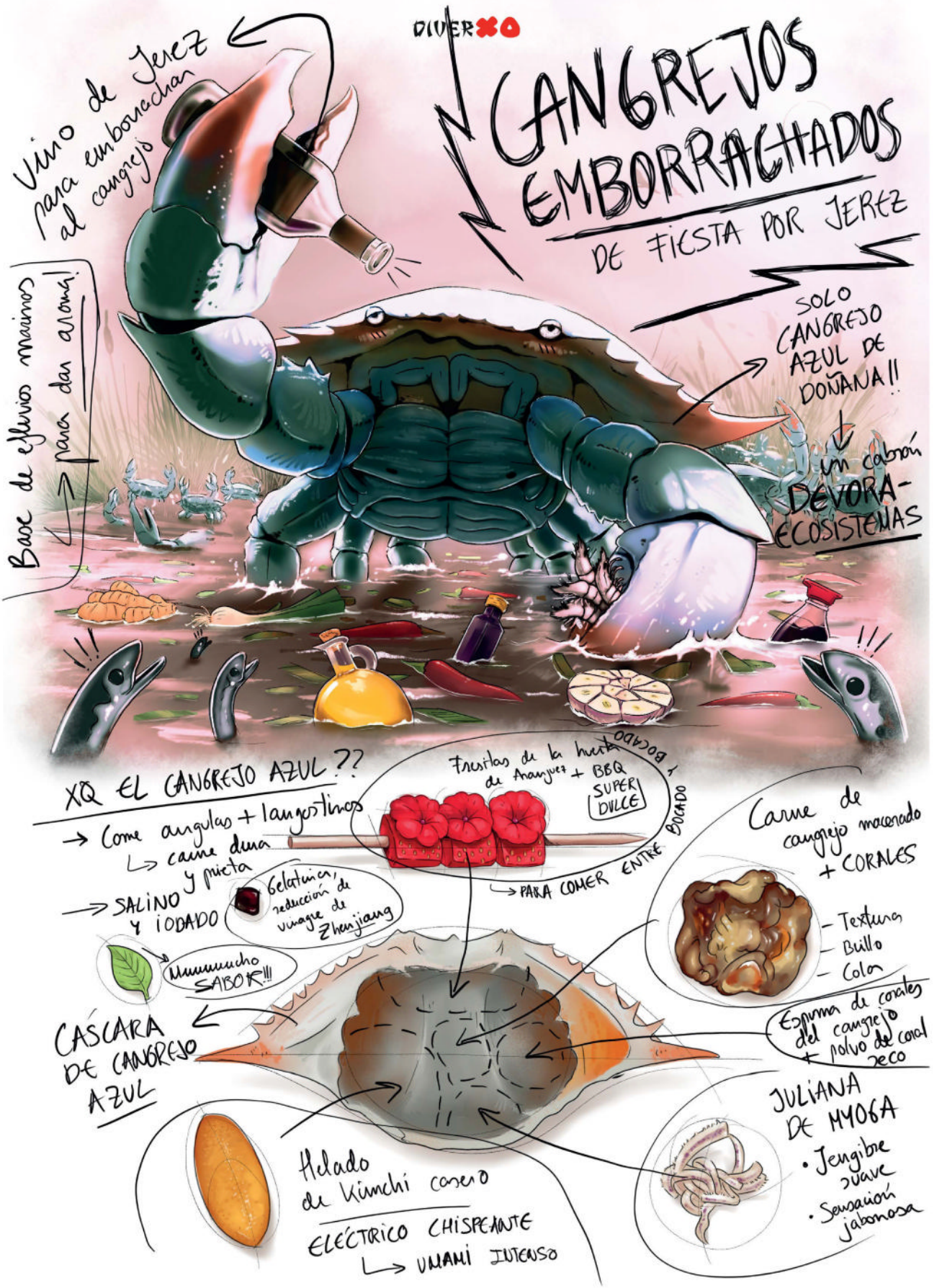
NIEVE

ISQUILLA

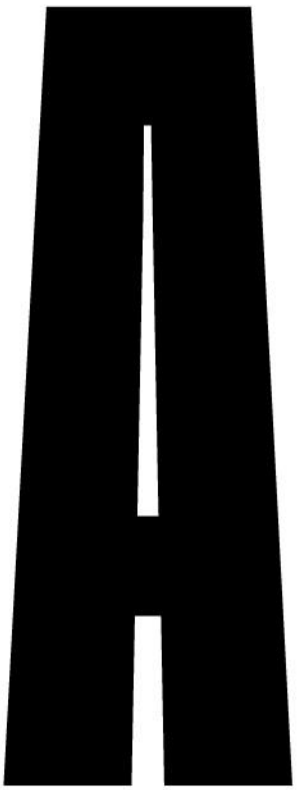
DE MOTRIL ,



PELIGRO:
1500W
CONCENTRADO
HORSERADISH,
CEBOLLINO CHINO, SASHIMI
SABORES
BROTES
ÁCIDO
PICANTE, IODADO
AMARGANTO, HUEVAS DE
TEMPLADO DE QUISQUILLAS
TE, ELÉCTRICO, EXPLOSIVO
DE ESPÁRRAGOS, FLORES,
JALAPEÑOS, TOMATES VERDES,


DIVERXO
CANGREJOS EMBORRACHADOS
DE FIESTA POR JEREZ
Vino de Jerez para emborrachar al cangrejo
Base de efluvios marinos para dar aroma!
SOLO CANGREJO AZUL DE DOÑANA!!
un cabrón DEVORA-ECOSISTEMAS
XQ EL CANGREJO AZUL??
→ Come anguilas + langostinos
↳ carne dura y prieta
→ SALINO y YODADO
Gelatina, reducción de vinagre de Zhenjiang
Mmmmucho SABOR!!!
Fresitas de la huerta de Ananyez + BBQ SUPER DULCE
↳ PARA COMER ENTRE BOCADO Y BOCADO
Carne de cangrejo macerado + CORALES
- Textura
- Brillo
- Color
Espuma de corales del cangrejo + polvo de coral seco
CÁSCARA DE CANGREJO AZUL
Helado de kimchi casero
ELÉCTRICO CHISPEANTE
↳ UMAMI INTENSO
JULIANA DE MYOGA
• Jengibre suave
• Sensación jabonosa

DIVERXÓS
TINTO DE VERANO
EL TINTO PREFERIDO DE MILLÁN
KOMBUCHA ESTRATOSFÉRICA
Tiene que ser el maridaje de la paella. Un complemento perfecto.
INP:
No mezclan copas, solo un atenuado sabor de ambas en boca
¿ES UN ESPEJISMO?



Afirmar a estas alturas que la cocina de Dabiz Muñoz es pura fantasía resulta redundante. Su originalidad y búsqueda continua de nuevas formas de combinar, fusionar, reinventar y, en definitiva, crear experiencias sorprendentes para los sentidos desde la base gastronómica le han convertido en uno de los chefs más influyentes y respetados de todo el mundo. Tanto el comensal habitual como el neófito afrontan cada experiencia en DiverXO –por centrarnos en su proyecto principal– como una aventura de la que esperan salir con una sonrisa de satisfacción por el recital sensorial disfrutado. Y vaya si lo hacen.

Pero más allá de la fascinante propuesta de sabores, colores, texturas y olores, las elaboraciones de Dabiz Muñoz no dejan de ser, en esencia, recetas de cocina servidas al comensal. Y como tal, este suele albergar el deseo –la urgencia, más bien– de conocer de qué se trata; quiere que se la expliquen, que le revelen el secreto del mago (solo para constatar que no hay juego de manos ajeno capaz de replicar "el efecto").

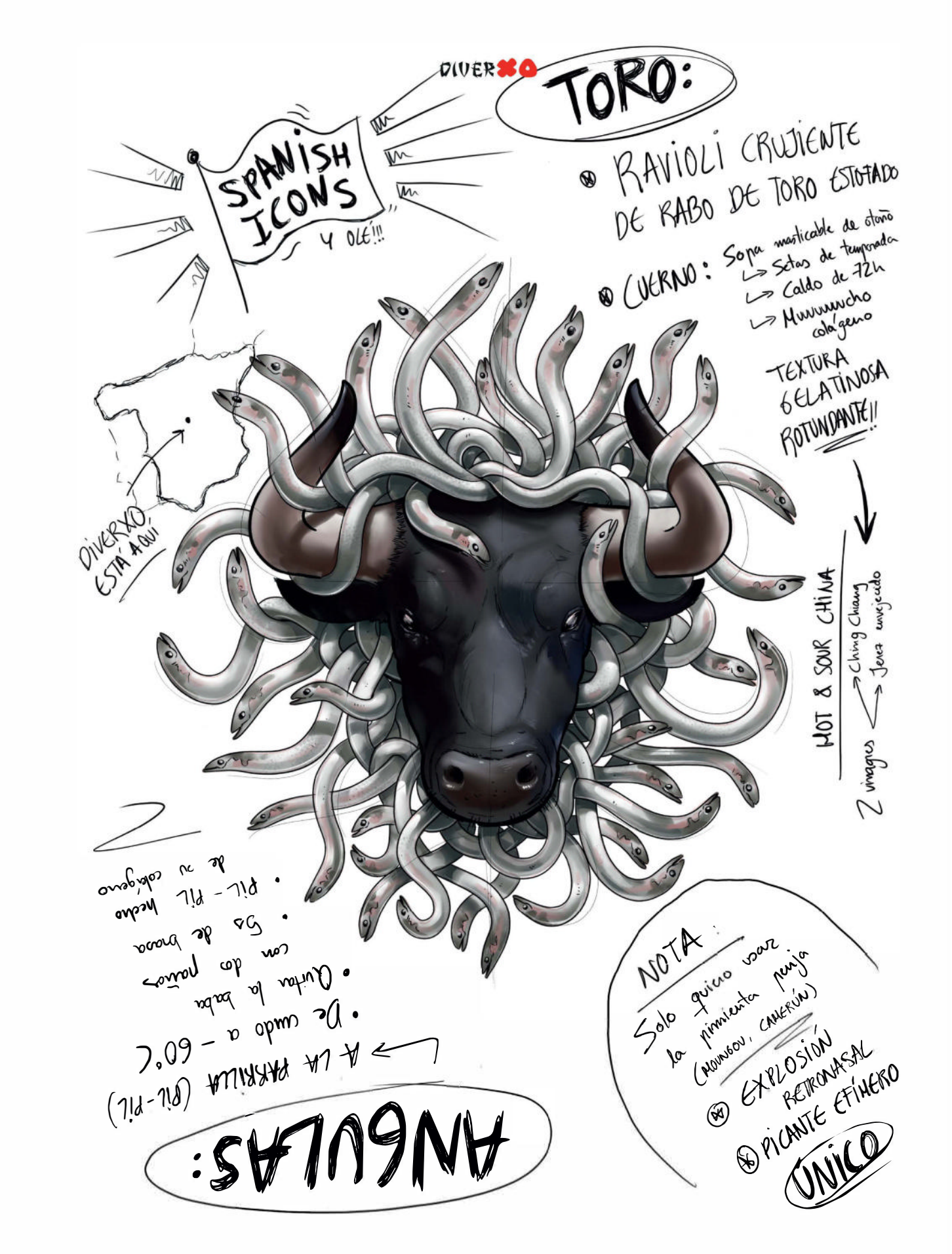
¿Pero cómo se explica una receta que entre ingredientes y elaboraciones puede llegar a requerir treinta, cuarenta o hasta medio centenar de acotaciones? Si el comensal es especialmente curioso, la descripción que reciba en sala se quedará corta, sobre todo en lo que se refiere no ya a ingredientes como al propio proceso creativo. En otros casos, ocupan la mesa clientes que más allá de disfrutar de la velada prefieren acompañarla de su propia conversación, agradeciendo una descripción somera y básica de cada pase.

Como solución a este conflicto, el equipo de DiverXO barajó varias opciones hasta concluir en una serie de ilustraciones a modo de fichas que ofrecen no solo las claves del plato en cuestión sino también algunas notas y reflexiones del propio Dabiz Muñoz sobre el mismo.

Para la elaboración de este material, se ha establecido un proceso de trabajo en el que el chef se reúne con el equipo de marketing y juntos desarrollan un diálogo alrededor de una receta concreta. A base de hablar sobre ella, de analizarla y "desmenuzarla" hasta su más pura esencia, deciden cómo ilustrarla, qué información gráfica se debe añadir, qué referencias destacar o que aspectos explicar con más detalle.

Combinando el trabajo de algunos miembros del equipo y de ilustradores *freelance*, se llega a la creación de estas láminas que son, por concepto y ejecución, pequeñas joyas en sí mismas, pero cuyo verdadero fin está claro para todos los implicados en el proyecto: deben permitir que el comensal que las tenga en sus manos llegue a atisbar el origen de la creatividad y todo el desarrollo que requiere alcanzar esa elaboración que va a disfrutar en el plato. Por ello, las explicaciones no bastan: la propia ilustración es en sí una evocación del *feeling* culinario.

Puro arte gráfico, en definitiva, para desgranar toda la trastienda de uno de los mayores magos gastronómicos que ha dado hasta el momento este siglo XXI. ¿Quién no quiere un *Dabiz Muñoz* colgado de la pared de su cocina?


DIVERXO
SPANISH ICONS
Y OLÉ!!!
TORO:
RAVIOLI CRUJIENTE DE RABO DE TORO ESTOFADO
CUERNO: Sopa masticable de otoño
Setas de temporada
Caldo de 72h
Muuuuucho colágeno
TEXTURA GELATINOSA ROTUNDANTE!!
HOT & SOUR CHINA
2 vinagres
Ching Chiang
Jerez envejecido
DIVERXO ESTÁ AQUÍ
ANGULAS:
A LA PARRILLA (PIL-PIL)
De cuido a -60°C
Duchas de baba
con dos mazos
Sa de bboca
PIL-PIL hecho de su colágeno
NOTA:
Solo quiero usar la pimienta negra (MOUNGOU, CAMERÚN)
EXPLOSIÓN RETRONASAL
PICANTE ETÍMERO
UNICO

LA HORA DE LAS FOODTECH

Proponen un viaje a la comida del futuro con la ambición de convertirse en un nuevo eslabón hacia una industria agroalimentaria más sostenible: son las 'foodtech' y estos son los alimentos que comerán tus hijos.

Autor Raúl Alonso **Ilustración** Carmen Casado

¿Ya ha probado un chorizo vegetal? Es una de las propuestas de la empresa Heura, especializada en sustitutos de las proteínas de la carne. También es posible disfrutar de la cremosidad y sabor del queso gracias a semillas de melón, aceite de oliva y fermentos de Väcka o huevos veganos de la mano de Oubo. Estas son algunas de las consecuencias del impacto de la cultura emprendedora *startup* en el frigorífico del consumidor. Y esta es la punta del iceberg más vistosa del *foodtech*, porque sus propuestas son cada vez más radicales, para los alimentos con que llena su frigorífico y para hacer de la industria agroalimentaria un ejemplo de sostenibilidad. Y es que las alarmas sobre los efectos del cambio climático en la agricultura y ganadería, son cada vez más preocupantes.

Por ejemplo, con su impacto en la producción de cereales o del lúpulo. Las cosechas en productores de referencia como Alemania o República Checa cayeron, respectivamente, el 28,6% y el 48,3% en 2022. Pues bien, antes de que los lectores cerveceros colapsen, la buena noticia es que la *foodtech* madrileña Ekonoke propone su cultivo controlado en interior. La empresa Hijos de Rivera, productores de Estrella Galicia, ya prueba su eficiencia tras decidir levantar una planta piloto. Habrá que esperar a degustar su resultado.

Según explica David Lacasa, socio de la consultora de innovación especializada en el ecosistema de alimentación Lantern, para que una empresa sea considerada *foodtech* "tiene que aportar una mejora tecnológica innovadora, de modelo de negocio o de propuesta de valor, al sector de alimentación y bebidas. Puede ser un producto final, una tecnología o un servicio".

Así, los servicios son la tercera y última de sus líneas de propuesta. Los tápers de Wetaca corren de boca en boca de singles y familias digitalizadas, gracias a su servicio de suscripción de menús semanales de comida casera y natural. Y para no tener que pensar ni en qué comer mañana, el exconcursante de la primera edición de Masterchef y empresario Efrén Álvarez, junto con su socio, Andrés Casal, han diseñado una suscripción con inteligencia artificial que puede elegir los platos para cada día según los gustos del cliente. Los 16,2 millones de euros de facturación de Wetaca en 2023, dan buena muestra de que la fórmula funciona.

Soluciones para hostelería, como las cartas digitales QR de PowerUp Menu, o, para la industria de la distribución, como las etiquetas inteligentes de Oscillium que cambian de color para alertar sobre la frescura de los alimentos, dan idea de hacia dónde llega el poder de disrupción de este movimiento emprendedor.

LAS PROPUESTAS DEL 'FOODTECH' SON CADA VEZ MÁS RADICALES, PARA LLENAR EL FRIGORÍFICO Y PARA HACER DE LA INDUSTRIA UN EJEMPLO DE SOSTENIBILIDAD

España se la juega

La *foodtech* se ubica así como un nuevo eslabón dentro de la cadena de la industria alimentaria española, llamado a ser protagonista por su capacidad para encontrar fuentes alternativas de alimentación y propiciar unos procesos más sostenibles. Y parece contar con el respaldo del capital, en 2023 las 420 startups que lo conforman captaron 226 millones de euros según el Fostering Collaboration for Sustainable Agri-Food Excellence, un informe de ICEX Spain Export and Investment para promocionar su presencia internacional: "Estamos convencidos de que esta apuesta decidida por la innovación como factor diferenciador de nuestra industria alimentaria, es la mejor herramienta para añadir valor y fortalecer nuestra capacidad exportadora y el futuro de nuestro planeta", afirma su CEO, María Peña.

"Ahora es el momento de pisar el acelerador y marcar una estrategia que nos permita liderar a nivel europeo y mundial este movimiento", apunta Lacasa: "Tenemos que mantener la ambición de ser un referente".

Desde Lanzadera, una de las grandes incubadoras de empresas españolas creada por el presidente de Mercadona, Juan Roig, explican que "España se posiciona como el quinto ecosistema foodtech con mayor inversión en Europa, después de Alemania, Reino Unido, Francia y Países Bajos". Lo explica Mariano Lasala, director de proyectos de Lanzadera, una institución que también es puente de colaboración entre la gran industria del sector y el tejido *foodtech*. Según asegura, se colabora con corporaciones agroalimentarias en busca de "soluciones para la cadena de distribución, para trazar y reducir el impacto que genera su actividad dentro del sector y poder cumplir con los objetivos de la agenda 2030". En Lanzadera llevan además varios años "viendo soluciones para la digitalización de la hostelería, tanto para el delivery [la entrega a domicilio] como para los procesos del restaurante, para poder sacar más valor y tener

una mayor eficiencia en procesos y, por tanto, en costes. Más recientemente, han llegado empresas de creación de nuevos alimentos y otras centradas en la eficiencia de la cadena de suministro agroalimentaria".

Sustitutos de la proteína animal

Retomando las propuestas que buscan la sorpresa del amante de la cocina preocupado por los efectos medioambientales de la ganadería, hay que prestar especial atención a los sustitutos de la proteína animal. Su alto consumo es uno de los factores más desestabilizadores del actual status quo en la alimentación global. Más aún cuando parte de la población de países como China o India se suman a los niveles de consumo de otras regiones como la europea o norteamericana. Según estimación de Greenpeace, la ganadería europea "genera tantos gases de efecto invernadero como todos los coches, trenes, barcos y aviones juntos", siendo responsables del 14,5% de sus gases de efecto invernadero.

Las *foodtech* españolas tienen muy monitorizado este problema. Wevo o Uobo son dos alternativas veganas al huevo tradicional, pero el que se está llevando al huerto al comedor de hamburguesas, es Heura Foods.

Este proyecto, fundado en 2017 por dos jóvenes emprendedores, Marc Coloma y Bernat Añaños, se ha convertido en uno de los referentes europeos a la hora de prometer experiencias cien por cien cárnicas totalmente vegetales. Con una amplia penetración en los canales de distribución más generalistas, ya cuenta con clásicos como nuggets o chorizo cien por cien vegetales sin ningún tipo de aditivos. El pasado mes de enero anunciaba el cierre de una nueva ronda de financiación de 40 millones de euros, fondos destinados a la creación de nuevas patentes y a fortalecer su lanzamiento internacional, ya significativo en Europa.

Y es que la investigación no lo es todo. Muchos proyectos de *foodtech* fracasan por su reducida capacidad para llegar al mercado, a otras industrias o consumidores: "La mayor parte de la innovación no cuenta con inversión en comunicación, y eso dificulta mucho que su propuesta pueda entenderse bien por parte del consumidor. Es importante ser muy claro, conciso y relevante, en la propuesta de valor".

Para Lacasa, "este es un problema estructural del ecosistema alimentario español. Hay un exceso de empresas demasiado pequeñas, lo que complica mucho su viabilidad en el largo plazo y su capacidad de crecer. El sistema debe favorecer la integración para formar líderes en su sector. Esto es también aplicable a las startups. Seguramente veamos movimientos en este sentido en el corto plazo", vaticina. Un paso que parece decisivo para que el sector foodtech español eche raíces profundas, aunque sea en sus laboratorios.

A LA RICA FOODTECH

Gik Blue Wine
Propone una nueva experiencia para beber vino, llenando la copa del azul intenso de unas referencias que combinan uvas de diferentes tipos y regiones.

Gloop
Rompedora propuesta para culminar una comida devorando hasta los cubiertos. Su misión, acabar con los plásticos de un solo uso.

Impact Upcycled Foods
Defiende la reutilización del desperdicio alimentario para crear productos como su batido de chocolate enriquecido de fibra y proteína.

Innomy
Proteína fúngica para los amantes de la carne preocupados por el alto impacto ambiental de su consumo, con el premio del alto contenido nutricional de los hongos.

Isauki
La empresa vasca promete la misma textura y sabor de una gamba pero de origen vegetal. Anillas de calamar y angulas también están entre sus propuestas.

Pink Albatross
Esta empresa propone helados veganos de gran cremosidad gracias a la mezcla de leche de coco y anacardos. Sin glúten, soja, huevos o lácteos, provocan con especialidades como el de avellana tostada o mango.

Rice In Action
Ganador de un World Food Innovation en 2022, ofrece a restaurantes y hoteles una solución para incluir en su carta una amplia gama de arroces que viajan de la cocina al plato en tan solo cinco minutos de preparación.

Väcka
Con sus cuatro líneas de producto (madurados, cremosos, fundibles y pizzas), esta empresa se presenta como un sustituto del queso para muchas preparaciones de cocina. Sus productos ya forman parte de la oferta de grandes superficies como Carrefour.

MADRIGAL, POR SÍ MISMO

Fue el primer chef mediático en los años 90, y con solo 23 años conseguió una estrella Michelin en El Olivo. Tanta euforia descontrolada le llevaron a largarse a Panamá para desengrasar. Ahora, **Andrés Madrigal** ha vuelto con su proyecto más personal: Per Se Bistró.

Texto Javier Márquez Sánchez
Fotografía Pablo Lorente

Andrés Madrigal estuvo hablando con *Tapas* en Per Se Bistró el pasado 23 de enero.

Después de pasar una década en al otro lado del atlántico y de ejercer como asesor tras su regreso a España en 2021, el chef Andrés Madrigal (Madrid, 1967) ha abierto en Madrid Per Se Bistró, un restaurante gastronómico con guiños a su etapa en Balzac y que también reflejan su periplo de diez años en Latinoamérica. Un proyecto que siente por primera vez como suyo y desde el que practica la cocina que siente más auténtica.

El titular en los medios ha sido "El regreso de Andrés Madrigal". ¿Cómo de definitivo?
Ahora en un cien por cien. Esta sí es de verdad mi vuelta a mi casa, porque esta vez es mía. Todo lo que he hecho anteriormente en Madrid, desde mi época de Balzac, fueron siempre o colaboraciones o asesoría o me habían fichado para hacer algo para un grupo... pero nunca era mío per se. Por eso se llama Per Se Bistró. Siempre digo que, por mi actitud hacia la vida, esta es mi penúltima bala. ¿Quién me dice a mí que esta no es una bofetada más o un fracaso más? En cualquier caso, será un fracaso mío particular, y si es un éxito, será un éxito de conjunto.

¿Cómo fue la experiencia de ese paréntesis fuera de España?
Aquella huida, entre comillas, o tomarme un tiempo donde pensaba que nadie me iba a reconocer, no salió tan maravillosamente como yo esperaba. Primero porque llegué a un país, Panamá, totalmente desconocido para mí, donde no conocía a nadie, y pensaba que por eso iba a ser un poco más tranquila esa transición que quería de paz para mí, para mi familia. Pero se truncó un poco porque a la semana de la apertura ya había mucha gente y yo no quería eso, no quería esa avalancha de gente, ni quería ser mediático; quería que me dejaran en paz. Y nueve años dan para mucho. Dan para ser feliz, infeliz, llorar, gritar, enrabiarte... Supongo que no fue del todo mal porque ahora estoy aquí.

¿El marcharte fue porque necesitabas romper con la situación que atravesabas debido al éxito?
Estaba, como dirían por aquellos países, atorado. Estaba muy cansado. Mucha información falsa, mucha tontería. Llegó la crisis del 2008, muchos impagos... se me juntaron muchas cosas; personales, laborales... Necesitaba huir del agobio que tenía encima. Igual fue un poco cobardía la mía, de salir así, pero tenía que hacer algo. ¿Sigues acumulando y poniendo peso a algo que es frágil y se va a romper, o intentas escapar un poco y volver a intentarlo en un lugar donde nadie te conozca? Y Panamá era un proyecto de cinco años para luego volver con una inversión del grupo que me llevó allí para poner mi restaurante, pero no salió. Como otras cosas no salen en la vida. Pero de ahí a castigarme o a castigar al país porque no salió lo mío... no, para nada.

Cuando recibes la primera estrella tienes 23 años. Luego sigues creciendo y te conviertes en uno de los primeros "chefs estrella del rock".
Hace ya 33 años. Visto así, dices ¡qué precoz! Pero yo no me enteré de todo eso hasta tres o cuatro años después, que vas creciendo y te van llamando para hacer cosas. También es verdad que hace 30 años no había Instagram o Twitter, no había redes, no había muchas cosas. Estabais solo los medios, que eráis mucho más potentes que ahora. Hay tanto ahora para comunicarse... Hace treinta años salías en el periódico y era un notición, muchas veces incluso eras la portada. Eso me ayudó a muchas cosas, sobre todo me ayudó a crecer, a tomar más interés. Yo soy cocinero de casualidad, ni siquiera soy cocinero de clase. Yo estudié Electrónica Digital y Fotografía, y siempre "quiero" ser oceanógrafo. Y cuando digo que "quiero" ser oceanógrafo, es porque espero que un día de estos, si va muy bien este negocio, como lo de bucear no tiene edad, pueda dedicarme a ello. Realmente ya buceo, pero quiero bucear de otra manera.

¿Qué te hizo dar ese giro profesional respecto a tu formación académica elegida?
Porque a mí siempre me ha gustado cocinar, desde los seis años. Pero cocinar por cocinar, yo jamás pensé en cocinar para que me dieran una estrella o salir en los medios. Yo empecé fregando los suelos y las sartenes, y muchas cosas que nadie quiere hacer. Y aprendí a cocinar porque mientras fregaba, miraba lo que decían los demás. Es verdad que a finales de los 80 la cocina que había, comparada con la que hay ahora, aun siendo una gran cocina, era mucho más cercana, por decirlo así. Ahora hay otros tipos de conceptos, otros tipos de titulares que yo no practico y no comulgo... Ahora lo que hay es mucha más técnica, creo que

hay mejores profesionales, más preparados. Una juventud, llamémosla rebelde, que tiene esa inquietud y esas ganas de comerse el mundo... Hace 35 años era un oficio, muy bonito pero un oficio, más complicado que ahora por el nivel cultural, por la accesibilidad que había para llegar a una receta o a una idea, o algo tan sencillo hoy como tomar un avión y viajar a otro país y ver qué está haciendo el vecino. Todo eso ahora es mucho más flexible.

Cuando empiezas a aficionarte a la cocina, ¿lo haces siguiendo los pasos de alguien?

Le debo el gusto por la comida, por los olores, por la cocina, a mi abuela materna y a mi madre, a las asturianas, porque son ellas las que me han dejado hacer cosas, y cocinar aunque saliera mal. Eran esos dos meses y medio de vacaciones que había que tener ahí a los *nenos* ocupados. Yo creo que la base de un cocinero es que le guste comer y que le guste cocinar, y luego viene lo demás. También están los cocineros a los que les gustan otras cosas, y que nadie se lo tome mal. Son cocineros porque tienen fijaciones hacia una meta, que es muy loable, pero ¡qué bonito es cocinar! Ser cocinero porque te gusta cocinar.

¿Y cuál es ese olor, ese sabor, ese primer recuerdo gastronómico?

Cualquier cosa que esté relacionada con la mar. Porque la casa de mi madre estaba a 500 metros del mar, que eran calas, donde aprendí a nadar con tres años. Y tengo olores del primer pulpo que cogí con cuatro años y con seis años, el primer pinto que cociné; percebes, los oricios... tenía los pies llenos de púas. Hace poco estuve viendo a mi familia y había tanto olor a yodo, a alga, a percebes que era maravilloso. Y todo eso me lleva a lo que he aprendido.

Y luego están los maestros.

Los grandes maestros con los que he tenido la suerte de aprender, como Francis García... La oportunidad que nunca se me va a olvidar de Jean Pierre Vandell, cuando me ofrece ser jefe de cocina de El Olivo, donde conseguimos la primera estrella; Juan Mari Arzak, que me deja estar dos meses en su casa limpiando chipirones y guisantes, pero súper feliz, comiendo en mesa con él, escuchándole como hablaba; Pedro Subijana, Martín Berasategui, Alain Ducasse... Tengo tantos recuerdos de grandes gentes que me han regalado un poco de ellos, sobre todo en el aspecto humano... Si los escuchas y prestas atención, aprendes mucho más que cocinando. Y así es como yo aprendí, me acabé volviendo muy autodidacta.

¿Cómo concibes Per Se Bistro?

Esto es un petit montaje entre mi primer bistró, que se llamó Alborada, cuando me fui del Olivo, y mi continuidad en Balzac; lo quiero dejar ahí, no quiero ni más ni menos. Es lo que buscaba: menos mesas para un público más selecto y mejor atendido.

En cuanto a la carta, ¿recuperas algunos clásicos?

"CREO QUE YA LO DIJE HACE 25 AÑOS: COMER NO ES UN ACTO BIOLÓGICO, ES UN ACTO CULTURAL"

Esto es como aquel programa de radio: Clásicos y Decibelios, ¿Te acuerdas? Los clásicos están ahí, como el steak tartar, y los decibelios son esos treinta y tantos años que llevo cocinando y viajando, porque me he nutrido muchísimo también de esos viajes a Asia, África, y por supuesto, a Latinoamérica, Centroamérica, Caribe... Y por supuesto te vas a encontrar esa cocina que nunca pasa de moda porque es contemporánea, como el pichón, como un ceviche, como una alcachofa, como unas cocochas al pil pil. Luego hay muchas cosas que se van cambiando aquí. En Per Se, al ser tan chiquitito como es, para 30 personas, no me he metido en el charco de hacer un menú cerrado porque no creo en ello, eso de dar 25 platos, 40 platos... Ya lo he dejado de hacer.

¿Cómo ves Madrid gastronómicamente, después de haber tenido varias experiencias al otro lado del Atlántico?

He leído por ahí a alguien que decía que esta ciudad era aburrida hasta que él apareció. Esa persona está muy equivocada. Esta ciudad siempre ha sido maravillosa, lo que pasa es que ahora es más cosmopolita y hay más diversidad. Hay muchos restaurantes de fuera, mucha gente que viene de fuera a demostrarnos que sabe cocinar. Yo no creo que esta ciudad fuera aburrida, sino que hemos abierto el abanico y ahora somos más globales.

Cuéntanos qué supone para ti la cocina, la gastronomía.

Es mi manera de estudiar, de aplicar lo que es el mundo. Me gusta esa palabra. Cómo veo el mundo yo a través de los platos, de las recetas. Porque al final, un restaurante es eso, la comida es cultura. Creo que ya lo dije hace 25 años, que esto no es un acto biológico, es un acto cultural. Para mí, es levantarme por la mañana, ir al mercado... ¡Me encanta hablar con la gente del mercado, me encanta tocar la lechuga...! Aunque ahora, para tocar un tomate tienes que ponerte un guante.

LO POLITICAMENTE CORRECTO ES UNA MIERDA.

ESCANEA, NO DEJES QUE TE LO CUENTEN.

HIGHXTAR.

LO MEJOR EN ESPAÑOL

HIGHXTAR.
@highxtar

Brands. Influence. & Data.

SpainMedia.

Vístete, hemos quedado

dresscode

Peldanyos lleva gorra MC2 Saint Barth, camisa La Martina y sobrecamisa MA.STRUM. Se dispone a comer la bolognesa de atún del restaurante Umiko.

Quedamos con el creador de contenido **Sergio Bolaños** (**Peldanyos** en las redes), y nos presenta a sus amigos, los creadores de contenido **Darío Eme Hache**, **Telmo Trenado Goenaga** y el escritor **Benji Verdes** en el restaurante **Umiko** (Madrid).

FOTO: OSCAR ARRIBAS.

Texto y producción **Inma Garrido** Fotógrafo **Óscar Arribas** Estilismo **Martina Tacchini**

COMIÉNDOSE INTERNET

Quedamos con el creador de contenido Sergio Bolaños Palau (**Peldanyos**) quien nos presenta a sus amigos y colegas de profesión **Telmo Trenado**, **Benji Verdes** y **Darío Eme Hache**. El lugar de encuentro fue el restaurante **Umiko**.

Sergio Bolaños Palau (**@peldanyos** en redes sociales) crea contenido en YouTube, TikTok (2,2M), Instagram (348K) y Twitch (85K). Además, es ingeniero Industrial y acaba de crear su marca de comida **Sugar Papi**. Un día dijo en sus redes sociales que estaba "hasta los cojones" de que quemasen tanto la galleta Lotus para hacer todo tipo de dulces. Desde ese día, su comunidad le hace todo tipo de memes con estas galletas. En la página siguiente lleva camisa y gabardina Dsquared2 y corbata de Sandro. Estas fotos fueron tomadas el 13 de marzo en el **restaurante Umiko** (C/ Los Madrazo, 6. Madrid).

DSQUARED2

Telmo Trenado Goenaga es creador de contenido (Instagram, 153K) y Co-founder de **HYPE** (C/ Cardenal Cisneros, 21. Madrid). Una hamburguesería física y con delivery donde, además de las *smash* de vaca o pollo, no puedes perderte sus cronuts. Telmo y Peldanyos comparten el gusto por el buen (y el mucho) comer. En un viaje por Perú, Peldanyos hizo un truco de magia... hizo desaparecer comida: "Fuimos a comer a un restaurante y pedimos unas mollejas que estaban súper ricas, pero se acabaron muy rápido, a pesar de haber muchísimas mollejas. Viendo el vídeo de Peldanyos se ve cómo él pinchaba una molleja y la escondía con verdura mientras cogía más. Se las comió todas, mientras el resto probamos sólo una", cuenta Trenado. **Telmo** lleva camisa 120% Lino y sobrecamisa de Aspesi. En la página siguiente gorra MC2 Saint Barth y sobrecamisa MA.STRUM con la bolognesa de atún de **Umiko**.

Umiko significa "Hija del mar", con este nombre los chefs **Juan Alcaide** y **Álvaro Marcos**, quisieron reflejar la esencia de su restaurante. Su carta navega entre la técnica japonesa y el cuidado por el entorno. Entre sus platos más destacados están la bolognesa de atún; la porra Guo Rong,- que reinterpreta un plato chino con la gastronomía española (gallina en pepitoria, huevo hilado y porra madrileña); nigiri de socarrat de paella, coronado con una gamba blanca de Huelva y el bizcocho de pantera rosa. Umiko no se puede entender sin en el arte. En su reservado se exponen las obras del artista Nicoläs Villamizar (@acondieresis). Su trabajo muestra composiciones orgánicas y vanguardistas de cuerpos vivos que se entrelazan, se complementan y se funden en formas abstractas que dejan volar la imaginación. Su línea discontinua permite que la mente complete el dibujo y elabore su propia interpretación de la escena que está presenciando. En la sala principal, el cuadro es obra de Okuda San Miguel. De izquierda a derecha: **Darío** viste camiseta de Zara y camisa Ikks. **Benji**: camisa de Tommy Hilfilger. **Telmo**: camiseta de 120% Lino y sobrecamisa de Aspesi. **Peldanyos**: camisa Barbour, sobrecamisa de Sandro y anillos Thomas Sabo.

Peldanyos lleva gorra MC Saint Barth, camisa La Martina y sobrecamisa MA.STRUM. En las manos tiene la bolognesa de atún de **Umiko** a punto de ser devorada.

Darío Eme Hache (a la derecha de la imagen con chaqueta y pantalón de Emporio Armani, camiseta de Mango y zapatos Geox) lleva más de diez años creando contenido de humor (467K en Instagram). Su habilidad por la comedia es innata, ya que desde niño era "el graciosete de la clase". Aunque el medio donde puede experimentar más y ser más espontáneo es internet, es, como dijo en una entrevista con *TAPAS*, un "picaflor" de la profesión: ha hecho tele, podcasts y ha pasado por los puestos de prácticamente todo sector audiovisual. Peldanyos comenzó admirando su forma de hacer humor y, con el tiempo, acabaron siendo amigos. "Cuando ya me consideraba colega de Peldanyos, un día me metí en su Instagram y tenía una foto conmigo en un festival hace unos años. Me hizo ilusión", nos cuenta Darío. **Peldanyos** lleva camisa y pantalón de Fendi, zapatos de Sandro y anillo Thomas Sabo. **Telmo** con camisa de Gant, sobrecamisa y pantalón de Unfeigned y zapatos Levi's.

Benji Verdes (con chaleco de Gant, pantalón Unfeigned y zapatos Dr. Martens) es, además de creador de contenido (133K en Instagram), autor de los libros *Todo lo que fuimos ahora es polvo* (Montena, 2017) y *Te he vuelto a escribir* (Montena, 2018), libros donde habla de la vida a través de la poesía. Cuidado con estos dos de la foto, cuando se juntan a comer, son capaces de dejar a cualquier restaurante sin existencias.

Peldanyos viste camisa, pantalón y gabardina de Fendi, zapatos de Sandro y anillo Thomas Sabo.

MUAH: **Oleysa Oleksyuk**.
Asistente de estilismo:
Pascual García Murillo y
Sandra González García.

Estamos 100% seguros de que quien acudió a esta cita con *Tapas* fue el auténtico Peldanyos y no un chico random con mullet. Lo sabemos porque le enseñamos unas Lotus y se le iluminaron los ojos. Hablamos de comida y se le iluminaron los ojos. Le pusimos delante unos platos y casi no llegan a la foto.

Sergio Bolaños, más conocido como Peldanyos en las redes sociales, comenzó a crear contenido durante la pandemia. Uno de sus talentos ocultos, nos cuenta, es la constancia. Y será por constancia (y otras virtudes) que acabó la carrera de ingeniería Industrial. Tres años después de comenzar a crear contenido en redes recogía el premio TikTok, y el mes pasado recibió el premio Ídolo en la categoría de Gastronomía. En sus vídeos, resumiendo mucho, Peldanyos va a comer a restaurantes, prueba productos nuevos del supermercado, los comenta y se los come sin complejos. Visita restaurantes de todo tipo de gastronomías y presupuestos, pero tiene especial debilidad por los bufets libres. "La sensación de pagar y no tener límites da poderío. Me gustan mucho los de sushi, aunque nunca me entusiasma demasiado uno por encima de otros. Tuve en su día muchas ganas de probar *Les Grands Buffet* de Narbona. Es muy molón, pero es que por ese precio prefiero no llenarme tanto, centrarme en una determinada comida y mejorar la calidad", nos cuenta. Comiendo no tiene medida ni reparo en devorar platos delante de la cámara y, aunque es consciente de que hay gente a la que le causa repulsión, si se le queda un chorrete de mayonesa en la barbilla, no repite toma. "No me gusta nada repetir ni bocados ni reflexiones. La pureza sólo se capta en la primera toma. Luego ya no es lo mismo". Esa pureza la consigue desde una actitud que suena poco impostada y sus contenidos se abordan pensando más en el entretenimiento que en la información. Eso es lo que hace y también lo que le gusta como espectador. "No he leído demasiada prensa gastro, pero quizá sea bueno acercarse a personas no tan expertas y un poco más pasionales. Los mejores profesores o referentes que he tenido no han sido los catedráticos o investigadores más aclamados, sino los más apasionados por compartir su profesión con el resto". Con pasión y dedicándole tiempo es con lo que, dice, prepara sus rutas cuando sale de viaje. Lo que sí nos recomienda con pasión, pero sin dedicarle mucho tiempo, es su ruta gastro en Valencia, su ciudad: "En Valencia tienes que hacer una ruta de burgers antes que de paella casi. El nivel está muy alto. La última vez que hice una, el combo fue: Hundred, Soul Coffee, Jenkin's, Beluá y Tasty. Son brutales las cinco". Cuando él se pone a los fogones, su especialidad son las croquetas de cocido. "Me salen muy buenas, puedes preguntarle a cualquiera que las haya probado. Soy bastante autocrítico, si no me sale MUY bien, jamás diré que bordo algo". Actualmente, Peldanyos se está preparando para otro gran reto: va a pelear en La Velada del año 4 de Ibai, que se celebrará el próximo 13 de julio en el Santiago Bernabéu. Esperamos que se coma con patatas a su rival, pero no de manera literal.

Giuliano's

¿POSADO ROBADO O PACTADO?

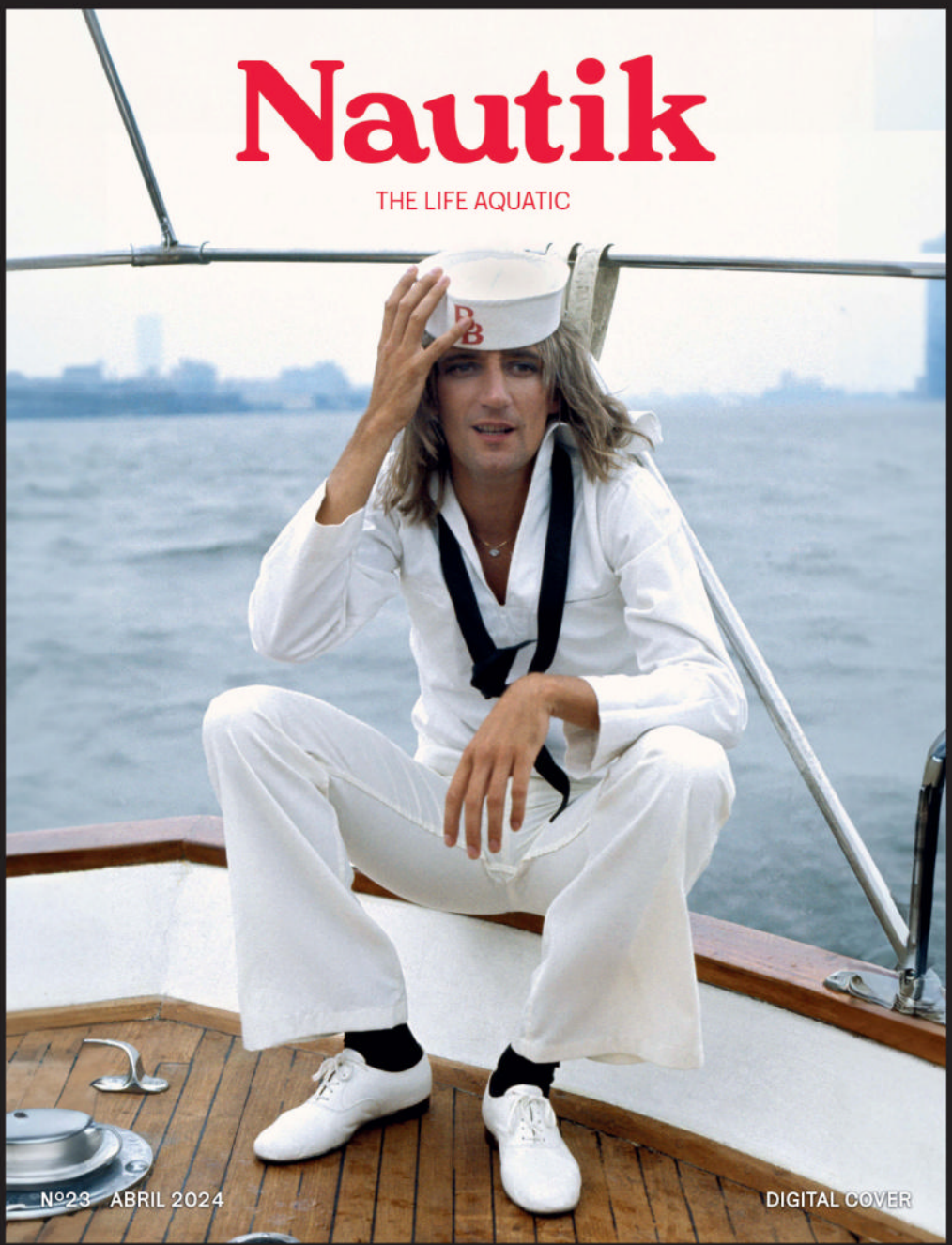
Tanto si te vistes para llamar la atención como si lo haces para pasar desapercibido, siempre habrá una cámara apuntándote.

Texto **Cristina Romero**

No hay nada peor que ver tu cara en una portada de revista o alimentando los contenidos de programas televisivos sin haber dado tu consentimiento previo. Pero estas cosas pasan. Aunque sólo ocurre si perteneces a esa esfera pública de la que una vez estás dentro ya no puedes salir. Todos conocemos algún caso, bien por sufrirlo en primera persona o por verlo padecer a otra. Y en este sentimiento de ver invadido de espacio personal se inspira la campaña primavera-verano 2024 de GCDS, la firma italiana de ropa streetwear que los hermanos Calza [Giuliano y Giordano] fundaron en Milán, en 2015.

Dirigida por Giuliano, director creativo, la campaña tiene tintes realistas, ya que la firma contactó con Backgrid, una empresa de paparazzis famosos para fotografiarla y producirla, en lugar de falsear el resultado. Y así lo hicieron tomando como escenario Los Ángeles, California, incluidos los puntos más importantes de la ciudad, como Chateau Marmont y Melrose Avenue. Por esas calles el equipo creativo y Backgrid capturaron momentos robados a los falsos transeúntes de las calles californianas. Los modelos se dejan ver en sus ficticios paseos cotidianos, brindando una perspectiva única de la moda, a su vez, filosofía de GCDS desde sus orígenes. Vemos piezas icónicas de la marca, prendas con logotipo, blusas cortas ajustadas, sudaderas con capucha holgadas y varios bolsos como el Heart Bag, el Call-Me Comma Bag y el Comma Notte Bag. Todo incluido en la última colección primaveral de la firma italiana.

¿El resultado? Una campaña que busca jugar con los límites entre la realidad y lo editorial.



THE LIFE AQUATIC MAGAZINE

Nautik
@nautikmagazine

Brands.
Influence.
& Data.
SpainMedia.

Pase a la sala contigua, por favor

lounge

El gin tonic perfecto con Gin MG se sirve en vaso long-drink con hielo, tónica y un twist de limón.

Tómate en serio el gin tonic con **Gin MG,** una ginebra de corte clásico que cumple con el proceso de la London Dry Gin. Un trago transparente, limpio y brillante a la vista; aroma elegante y fino con mucha presencia de las bayas de enebro en boca.

DISFRUTA DE UN CONSUMO RESPONSABLE 40°.

El secreto del sabor genuino de Laphroaig reside en la esencia de la turba de Islay.

TODA LA INTENSIDAD DE LA TURBA

Por **Javier Márquez**

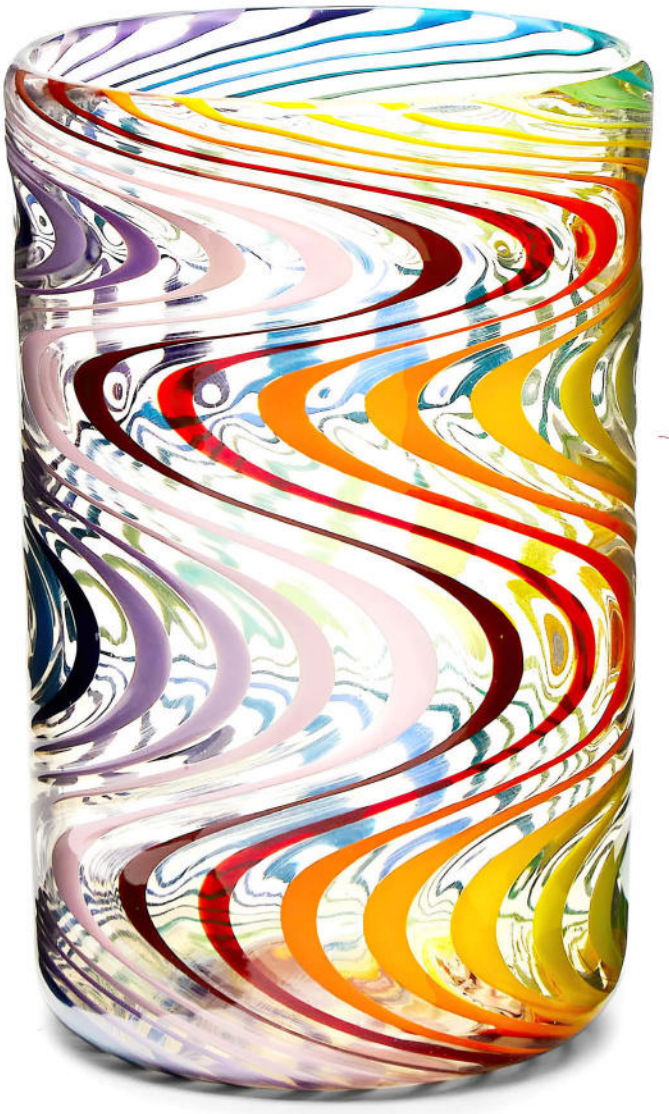
En comida o bebida, el efecto ahumado es peligroso por lo cargante que puede llegar a resultar. Sin embargo, cuando se emplea con experiencia y sabiduría, puede deparar el más placentero de los momentos. Eso es lo que consigue Laphroaig, líder mundial en whisky ahumado de la isla de escocesa de Islay, una destilería que acaba de desembarcar en España.

Lo que hace tan especial a este whisky es su sabor genuino, cuyo secreto reside en la esencia de la turba de Islay. Desde la mezcla única de vegetación, animales y musgo hasta el proceso de secado, le otorgan esa impronta ahumada tan inconfundible de este destilado.

Su puesta de largo en el país se celebró el pasado 12 de marzo, en un acto en el que Adrián Castillo Trujillo, Brand Ambassador de la marca, explicó que "aunque Laphroaig ya podía encontrarse en algunos lugares, es ahora cuando Beam Suntory quiere poner mayor foco en el whisky ahumado como una elección muy interesante para los amantes de los sabores intensos. En España, donde la cultura del whisky está en constante crecimiento, hay varias razones por las que es un buen momento para ensalzar la marca".

El evento se celebró en SUA by Triciclo, donde se pusieron de manifiesto las posibilidades gastronómicas de este destilado, combinando la coctelería con Laphroaig, preparada por Caracortada y Especiarium, con elaboraciones a cargo de Los 33 y Leña de Dani García, en un delicioso homenaje a las brasas.

Aunque puede disfrutarse en cócteles como el Whisky Sour o el Penicillin, la experiencia más genuina de Laphroaig (se pronuncia *la-froig*) la obtenemos paladeándolo solo, con apenas unas gotas de agua. Y si se trata de un 25 años, ni siquiera eso. Pura turba en el paladar. Pura intensidad. Puro placer *made in Islay.*



Cada vaso está hecho a mano empleando la técnica Murano Filigrana del siglo XVI.

UN MAR DE COLORES EN TU VASO

Llega el buen tiempo y con él los planes en el jardín o la terraza de casa. Si quieres darles un aire divertido y original, apuesta por este vaso Twist de **Pierrot Doremus**. Utilizando la técnica Murano Filigrana del siglo XVI, el fabricante mezcla varillas de vidrio multicolores en tonos llamativos, fusionándolas y soplándolas para crear un resultado sorprendente. Cada pieza soplada a mano tiene encantos únicos y muestra un paisaje irresistible de colores a través de sus fascinantes ondas y giros. Combina varios vasos y el efecto será realmente mágico .

Vaso Twist de Pierrot Doremus, 80€. Disponible en *abask.com*.

ORIGINALIDAD AL PODER

Para distinguirse de la ardua competencia, las casas relojeras se devanan los sesos buscando poner en práctica lo que otros no consiguen ejecutar.

Texto **Ana Franco**

AL ESTILO SOULAGES

El arte del francés Pierre Soulages, conocido como "el pintor del negro", se ha volcado sobre la esfera del Hampton de acero de **Baume & Mercier**, llamado para esta ocasión Polyptyque Edition – Musée Soulages 10th Anniversary, pues conmemora el cumpleaños del Museo Soulages, socio de la relojera desde 2021. Esta edición limitada a 328 unidades con movimiento automático lleva al dial la obra *Peinture* 324 x 362 cm, 1986, *Polyptyque I*. **PVP: 1.700 €.**

PARA SIEMPRE (O CASI)

Este reloj de acero de **Gucci** no pasa de moda, de ahí su nombre, G-Timeless. Mide 40 mm de diámetro, y en su esfera se lee varias veces Gucci. A las 3 h y a las 9 h se han grabado las ges entrelazadas propias de la marca. Su movimiento automático, con reserva de marcha de 42 h, aporta un segundero a las 6 h. **PVP: 2.000 €.**

OJO AL CENTRO

Se cumplen 70 años desde que **Longines** puso nombre a una colección por primera vez: Conquest. Un número redondo que merecía una reedición como la de este Conquest Heritage Central Power Reserve de 1959. Como su nombre indica, dispone la indicación de la reserva de marcha en el centro con dos discos giratorios, un movimiento automático exclusivo de Longines. Fabricado en acero, mide unos comedidos 38 mm. **PVP: 4.250 €.**

Su caja de oro blanco mide 40 mm, y es una edición limitada a 20 piezas.

ALTAS DOSIS DE ARTESANÍA

La nueva línea de alta relojería de **Louis Vuitton**, Escale Cabinet of Wonders, está formada por una trilogía que se inspira en la colección de guardamanos de katanas de Gaston-Louis Vuitton, tercera generación de la familia fundadora de la empresa. Uno de esos relojes es este automático con un motivo de serpiente sobre un bosque de bambú, un rompecabezas de 367 piezas de madera, pergamino y paja, ensamblado mediante técnicas de marquetería. **PVP: N.D.**

TOLEDO, ENTRE TAPA Y VINO

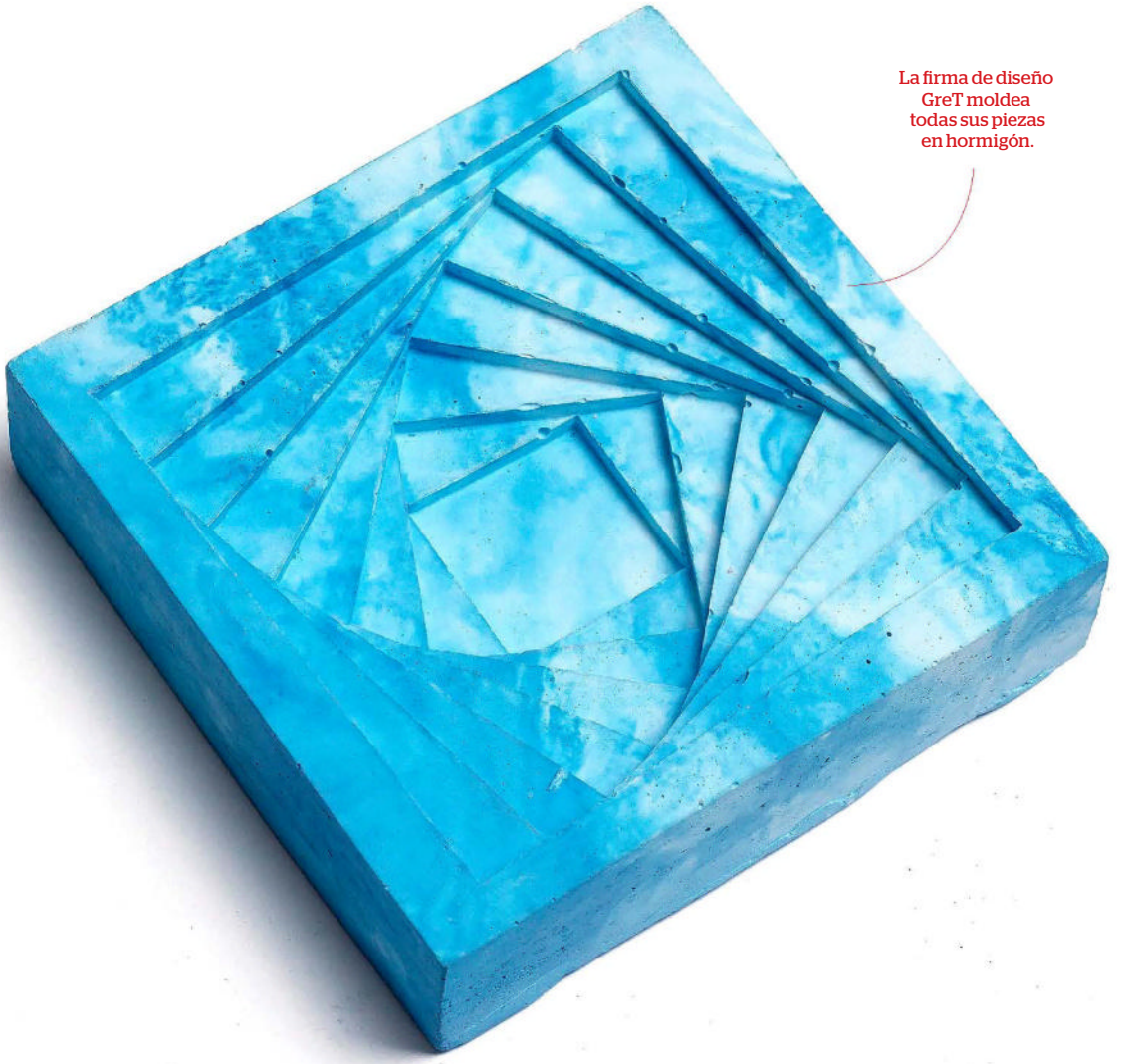
Los cielos de Toledo en primavera son de un azul intenso especial, y bajo ellos, una ciudad con siglos de Historia e historias, una ciudad viva, con cientos de secretos conocidos solo por unos pocos y otros aún por descubrir. Y gentes diversas recorriendo sus estrechas arterias, conversando sobre tal o cual asunto en rincones, adarves y plazas recoletas de su casco histórico –declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en 1986–, o en aquel mirador con vistas a la judería. Con todo ello, Toledo es única e irrepetible, un lugar donde no faltan planes y propuestas para apurar al máximo los encantos de la ciudad, por ejemplo, los gastronómicos.

Una buena opción para darle gusto al paladar es trazar un recorrido por el centro histórico de la ciudad, salpicado de pequeños bares con sabrosas y vistosas tapas llenas de color y raciones: carcamusas, "bomba", "pulgas"...

Pero si lo que andamos buscando es una experiencia gastronómica más... intensa, hay restaurantes tan singulares como para poder disfrutar de la mejor de las cocinas en un entorno rodeado de antiguas cuevas, restos arqueológicos o patrimoniales: El Trébol, La Abadía, Alfileritos 24, Botanic Bar Legendario, Dominica, La Fábrica de Harinas, Hacienda del Cardenal, Restaurante Hotel Fontecruz, Venta de Aires, Restaurante del Alcázar, Adolfo, la Clandestina de las Tendillas, la Cave o el 10 de Santo Tomé, son algunas de las propuestas.

Pequeños restaurantes con terraza con propuestas tradicionales y de vanguardia en la ciudad antigua son una interesante alternativa. También restaurantes con estrellas y bajo ellas, en la zona de los Cigarrales o en pleno centro histórico, son un plan de lo más atractivo durante este especial verano

Y los amantes del vino no deben olvidar planes enológicos tan atractivos como una cata en una antigua casa judía del siglo XI, una ruta gastro enológica combinando la visita a los monumentos más conocidos con paradas estratégicas para tomar " un respiro" con alguno de los deliciosos vinos de la región, por ejemplo, procedentes de alguno de sus cuatro viñedos urbanos únicos en el mundo.



La firma de diseño GreT moldea todas sus piezas en hormigón.

HUMO EN LAS NUBES

La firma india (con sede en Jaipur) **GreyT** ofrece unos diseños premium muy originales, moldeados todos a mano en hormigón con un enfoque sostenible. Es el caso de este hipnótico cenicero geométrico, capaz de robar cualquier conversación. Como en todas sus piezas, los intrincados detalles artísticos han sido elaborados a mano por artesanos que garantizan un acabado fino, disponible en una amplia variedad de colores para combinar con cualquier decoración.

Cenicero modelo Nube de GreyT. Disponible en *greyt.in*.

SEGUIR HACIENDO HISTORIA

En 2007, Qashqai inventó el crossover. El mundo entero se enamoró de la mezcla de los mejores elementos de un compacto y de un SUV: dimensiones compactas y funcionalidad. Ahora llega el nuevo **Nissan Qashqai**, más inteligente, más seguro, más atrevido y con dos emocionantes trenes de potencia. La tecnología e-POWER ofrece una experiencia de conducción única, electrificada y sin enchufes, más silenciones y con mayor eficiencia en ciudad. Por otro lado, la tecnología Mild Hybrid permite reducir las emisiones de CO2 sin perder potencia al volante.

Si nos gusta el frío por algo, es por ir a **Casa Mortero** a buscar calorcito entre sus platos de cuchara, hacer barquitos en sus salsas o hincar el diente a sus torreznos. Pedro Gallego es el chef ejecutivo de este restaurante que rinde culto al producto, la cocina tradicional y las cosas sencillas.

Casa Mortero
Zorrilla 9
28014 Madrid
+34910595570
Grupo Gastronómico Sarmiento SL
B88529862

29/02/2024 21:04
Mesa : 1
Comensales : 6
Camarero : D.
Precio en €

2 Agua 1lt	3,00	6,00
3 Descorche amigos	10,00	30,00
1 Ensaladilla rusa		16,00
1 Torreznos		14,00
1 Lengua escarlata		16,00
6 Pan	2,50	15,00
1 Mejillones Tiberios		18,00
2 Pochas con almejas	23,00	46,00
1 Albóndigas		22,00
1 Chipirones brasa		23,00
2 Flan leche tostada - IN	0,00	0,00
1 Tarta de Queso		7,00
1 Frutos rojos con sopa de		7,00

(Media por persona : 36,67)

Total con IVA : 234,00
Descuentos y ofertas : - 14,00
Total : 220,00

Base imp: 200,00
IVA 10,00% 20,00
Fra_U9A74-U08B7000523/2 [U2CB1-72085-N.97]
Impreso el 29/02/24 - 23:48

La carta, que varía con las estaciones, ofrece brasas, guisos, escabeches y postres tentadores.

Casa Mortero. C/ Zorrilla, 9 (Madrid). Teléfono: 910595570.

DIEZ COLMADOS CON ENCANTO

Hacemos la compra en ultramarinos históricos y actuales que ofrecen, además de productos gourmet, establecimientos preciosos y una atención magnífica.

El almacén de estraperlo
C/ Jerónimo Muñoz, 15 (Valencia)

Ultramarinos El Riojano
Rúa Orzán, 47 (A Coruña)
981222158

Ultramarinos Gregorio Martín
C/ Artekale, 22 (Bilbao)
944153707

Ultramarinos La Diana
Palacios, 59 (El Puerto de Santa María, Cádiz)

Mantequería Andrés
Paseo de los Olmos, 3 (Madrid)
913654865

Ultramarinos Octavio
C/ de Cea Bermúdez, 54 (Madrid)
915653232

Colmado Múrria
C/ Roger de Llúria, 85 (Barcelona)
932155789

Coalla
C/ San Antonio, 8 (Gijón)
985348400

Ultramarinos Zoilo
C/ Granada, 65 (Málaga)
952212465

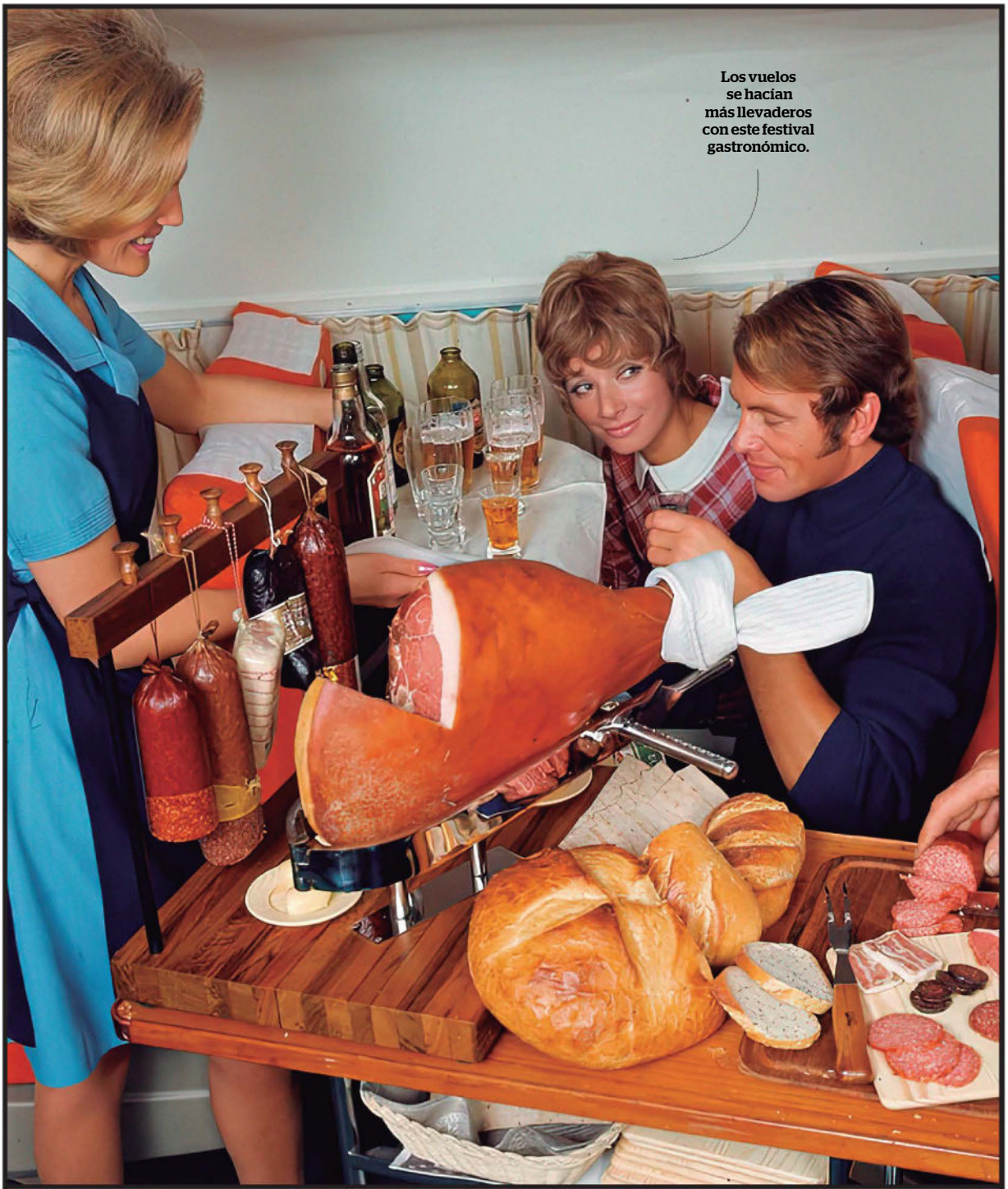
Ultramarinos Casa Lucas
C/ Puente y Pellón, 5 (Sevilla)
675 666914

FOTO: GETTY IMAGES.

¡AL BAÑO, MARÍA!

Reinaldo Sosa es creativo y a través de su perfil de Instagram (**@reisosa**) muestra imágenes que se ha autoimpuesto para ejercitar su técnica o, como él mismo explica, este espacio es su propio gimnasio creativo. A través de una palabra o una expresión surgen imágenes ingeniosas que rozan lo surrealista. Para este artista canario crear es una necesidad y mostrar lo que crea le ayuda a ver lo que funciona, lo que no y le abre nuevos caminos artísticos.

Puedes ver más obras de Reinaldo Sosa en su perfil de Instagram @reisosa



Los vuelos se hacían más llevaderos con este festival gastronómico.

PICOTEO EN VUELO

Caviar, sopa de tortuga y langosta eran sólo el comienzo de los menús del servicio de cena que **Scandinavian Airlines** ofrecía a su viajeros en tiempos pasados. En concreto, la imagen superior, tomada en 1969, muestra el momento del snacks, cuando los embutidos y las cervezas se convertían en los reyes de la cabina. No sabemos si **Rasmus Munk** habrá disfrutado de este servicio en su viaje a Madrid.

SAS MUSEET

R3 Meta Special Edition Indigo Gloss

Performance redefined. An icon born from The Reference.

R Series

Developed for KEF's flagship The Reference, a suite of the latest technologies has now made its way into the new generation of the R Series. Whether in stereo for music or in a home theatre set up, the R Series makes exceptional acoustic performance more accessible. Now with the groundbreaking Metamaterial Absorption Technology, the R Series reveals exquisite detail and incredible insight: truly an experience to savour.

WHAT HI-FI? AWARDS 2023
BEST STANDMOUNT SPEAKER £1500-£2500
KEF R3 META

WHAT HI-FI? AWARDS 2020
INNOVATION OF THE YEAR
KEF Metamaterial Absorption Technology
WINNER

EISA AWARD Best Product 2023-2024
LOUDSPEAKER SERIES
KEF R Series

Authorised Retailers

Listen and believe

KEF

OMODA 5

INFINITAMENTE NUEVO

Todo en este anuncio es nuevo. La marca y el modelo, nuevos.
Sus 185 caballos y sus de 0 a 100 en 7,8 segundos, nuevos. ¿Su vanguardista y rompedor diseño? Nuevo.
¿Su eficiencia y sus sistemas inteligentes de ayuda al conductor? También nuevos.
¿Es necesario que te digamos cómo serán las infinitas experiencias y emociones que podrás vivir en él?

DESDE 149€/MES*

Entrada 7.673,24€ **TAE 10,37%** última cuota 14.264,98€ Plazo 48 meses.

CON 7 AÑOS DE GARANTÍA

7 AÑOS DE GARANTÍA

OMODA
CROSS FUTURE

omodaoficial.es

*Financiación de **Omoda 5 Comfort TGDI 1.6 136.5Kw (185cv) 7DCT. Precio al contado 26.265,22€. Precio financiando 23.649,44 €. Entrada 7.673,24 €. Plazo 48 meses, 1 cuota de 141,83 €, 46 cuotas de 149,00 € y 1 cuota de 14.264,98 €. Tipo Deudor 8,75% T.A.E. 10,37% (La T.A.E., así como la primera cuota podrá variar ligeramente en función del día de la firma del contrato y de la fecha de pago de las cuotas). Comisión de Apertura 3,50 % 559,17 € Contado.** Intereses 5.284,61 €, **Importe Total del Crédito 15.976,20 €, Coste Total del Crédito 5.843,78 €, Importe Total Adeudado 21.819,98 €, Precio Total a Plazos 29.493,22 €. Siendo el día de contratación 09/03/2024 y primer pago el 02/04/2024.** Oferta válida hasta el 30/04/2024. Sistema de amortización Francés. Financiación ofrecida, sujeta a estudio y aprobación por parte de Santander Consumer Finance, S.A. No incluye gastos de matriculación ni gastos de pre-entrega. Gama Omoda 5. Emisiones CO2 combinadas (gr/km): 170g. Consumo combinado (l/100km): 7,5. Valores de consumos y emisiones obtenidos según el ciclo de homologación WLTP. El modelo visualizado puede no coincidir con el ofertado.